BUSINE$$TECH
INTERNATIONAL PRESS

PREZINTĂ

CODUL MANIERELOR ÎN AFACERI

EDIȚIE ADĂUGITĂ ȘI REVIZUITĂ

NOU

- MESAJUL **Letitiei Baldrige** adresat cititorilor români special pentru această ediție
- **NOILE SFATURI** ale autoarei privind:
- *Tehnologiile care ne devorează*
- *Maniere în folosirea telefonului celular, a pagerului și a altor aparate electronice*
- *O comunicare personală între doi oameni*
- *Când facem abuz de electronică*
- *Este de asemenea lipsit de maniere...*

Letitia Baldrige

Letitia Baldrige

CODUL MANIERELOR ÎN AFACERI

EDIȚIE
ADĂUGITĂ ȘI REVIZUITĂ

BUSINE$$TECH INTERNATIONAL PRESS

Această traducere este publicată cu acordul
Rawson Associates Macmillan Publishing Company
866 Third Avenue, New York, NY 10022
Collier Macmillan Canada, Inc.

Toate drepturile sunt rezervate. Nici o parte din această carte nu poate fi reprodusă sau transmisă în nici o formă şi prin nici un mijloc electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere, înregistrare ori depozitare de informaţii. Stocarea informaţiilor şi refacerea structurii acestei lucrări sunt interzise, fără permisiunea scrisă a editorului.

Letitia Baldrige
Library of Congress Cataloging in Publication Data

Baldrige, Letitia.
Letitia Baldrige's Complete guide to executive manners.
Publicată în România de
BUSINESS TECH INTERNATIONAL PRESS S.R.L.
Copyright © octombrie 1997
ISBN 973 98 309-0-0

Stilizare şi corectură:
Lia Decei
Eliza Lupaşcu

Tipografia FRD
Grupul drago print
Bucureşti, Calea Rahovei 147, Tel.: 335 93 18, 335 66 61/19

Pentru comenzi vă rugăm contactaţi:
BUSINESS TECH INTERNATIONAL PRESS S.R.L.
OP 42 - CP 96, Bucureşti
Director comercial: Cristinel Enache
tel./fax: (01) 335 33 81

Celor trei persoane minunate pe care le-am neglijat de-a lungul celor cinci ani, timp în care am scris această carte, soţului Bob şi copiilor mei Clare şi Malcolm.
Ei mă îndemnau permanent să practic ceea ce recomand în aceste pagini dar ... nimeni nu este perfect.

PREFAŢĂ

la a V-a ediţie

în limba română

Sunt încântată că succesul pe care l-a avut cartea mea în România a dus la apariţia unei a cincea ediţii a *Codului manierelor în afaceri.* Orice autor este fericit atunci când o carte scrisă de el se vinde, dar eu sunt de trei ori mai fericită văzând că aceasta demonstrează că românii sunt interesaţi de *bunele relaţii între oameni* - un sinonim clar şi simplu pentru *bunele maniere.* Aceasta înseamnă că românii doresc ca tânăra generaţie să fie bine educată, iar persoanele din conducere vor să se bucure de consideraţie şi să ştie cum să se poarte şi să ajute la crearea unei atmosfere plăcute la locul lor de muncă.

Am întâlnit mulţi români fermecători aici, la Washington. Ambasadorul dumneavoastră şi soţia sa sunt adevărate staruri pe scena locală. Soţul meu şi cu mine am avut plăcerea să luăm cina cu fermecătoarea soţie a preşedintelui României în timpul vizitei sale în Statele Unite ale Americii. Sper din tot sufletul să am posibilitatea de a vizita ţara dumneavoastră în curând.

Pe măsură ce ne apropiem de pragul mileniului trei, un moment tulburător în sine, pe măsură ce devenim tot mai umani în această eră tehnologică, pe măsură ce pornim mai multe afaceri, aducem mai multă prosperitate popoarelor noastre şi vom fi tot mai fericiţi. În această ediţie am inclus un nou capitol - "Tehnologiile care ne devorează". Tehnologia este minunată, dezirabilă, necesară, profitabilă - dar nu ar trebui ca ea să ne facă mai puţin umani. Manierele referitoare la felul în care trebuie să mânuim aceste "gadget"-uri sunt de mare importanţă, mult mai importante decât a şti cum să ţii corect un cuţit şi o furculiţă la masă. Manierele de mâine vor implica computere, cipuri, aparatură digitală, sateliţi - poate chiar relaţii cu fiinţe extraterestre! Trebuie să fim pregătiţi pentru viitor, dar înainte de orice, să facem ca acesta să fie o lume a politeţei, a atenţiei faţă de alţii.

septembrie 1997

Lelilia Baldrige

Cuprins

Consemnări 15
Nota autorului 16
De ce avem nevoie de o carte despre manierele în afaceri 17

PARTEA I: RELAŢIILE DINTRE OAMENI LA LOCUL DE MUNCĂ 23

CAPITOLUL 1: Calităţile personale care fac viaţa la locul de muncă mai suportabilă 25

Prototipul unui bun director • Când eşti nou venit • Dacă ai în subordine oameni care sunt mult mai în vârstă decât tine • A reacţiona sau a nu reacţiona împotriva unei comportări care dăunează companiei • Insulte, critici nejuste şi atacuri directe • Puneri la punct în societate • Când altcineva este pe nedrept jignit în prezenţa ta • Când cineva are o deprindere care irită • Când este datoria ta să critici şi să evaluezi • Când cel controlat eşti tu • Când trebuie să concediezi pe cineva • Când cel concediat eşti tu •
SENSIBILITATEA ŞI ÎNŢELEGEREA SOCIALĂ: Când faci pe cineva să aştepte • Vizitatorii • Colegii • Manifestarea stimei • A te ridica sau a sta jos • Locul pe care te aşezi • Protocolul în lift • Cum să deschizi uşile • Când un director tânăr şi un director superior călătoresc împreună • În limuzină • În maşina personală a unei persoane din conducere • Arta de a face prezentările • Cum prezinţi o persoană străină grupului tău • Folosirea titlurilor în prezentări • Ce conţine un nume? • Concentrarea asupra numelor şi memorarea lor • Cum să dai strălucire numelor şi titlurilor • A te adresa cuiva pe numele mic • Folosirea poreclei la locul de muncă • Cum îi saluţi pe alţii • Îmbrăţişarea, sărutul sau mimatul lui în formă de salut • Strânsul mâinii • Când vizitezi biroul unei persoane din conducere • Bunele maniere în sport • Tehnologiile care te devorează • O comunicare personală între doi oameni • Când facem abuz de electronică • Telefonul celular • Este de asemenea lipsit de maniere ...•

CAPITOLUL 2: Relaţiile dintre bărbaţi şi femei la locul de muncă 48

Dublul standard din zilele noastre • Cum te adresezi colegelor • Comportarea lipsită de prejudecăţi a bărbaţilor din corpul executiv faţă de femei • Femeia din corpul executiv cu maniere elegante • Problemele speciale ale femeii-director • O şefă tânără şi noii ei subordonaţi • Deosebiri de statură - amazoană şi păpuşă • O femeie care călătoreşte singură • Reguli de comportare în timpul deplasărilor, pentru femeia din corpul executiv • Femeia-director, eticheta şi sexul opus • Cum poate o membră rafinată din corpul executiv să se ajute pe sine şi pe celelalte femei • Când îşi ajută comunitatea • Sex şi poveşti de dragoste la birou • Când vorbeşti despre viaţa ta sexuală • Flirtul şi limbajul afectiv corporal • Cum să faci faţă avansurilor sexuale inoportune • Colegii şi

partenerii lor de viaţă • Când un coleg (sau client) se căsătoreşte • Competiţia dintre soţi • Amabilitatea faţă de un cuplu care face naveta • Persoanele de conducere şi copiii lor • Femeia însărcinată la locul de muncă • Când o mamă necăsătorită face parte din corpul executiv • Felicitări pentru o mamă din corpul executiv • Când este adoptat un copil • Eticheta privind o tânără mamă din corpul de conducere • Trimiterea unei scrisori de înştiinţare partenerilor de afaceri • Comportamentul colegilor în cazul pierderii unei sarcini (a unui avort) • Eticheta în cazul divorţului cuiva din birou • Când un coleg de birou rămâne văduv •

CAPITOLUL 3: Informaţii despre executiv 68

ARTA CONVERSAŢIEI: Cum pari lumii din afară • Calitatea vocii tale • Vocea ar trebui să se potrivească cu statutul profesional • Relaţia dintre voce şi vocabular • O voce cultivată implică un vocabular cultivat • Un limbaj adecvat al gesturilor face parte dintr-o vorbire corectă • Cultivarea vocii şi limbajului • Pentru probleme de voce • Pentru vorbirea în public • A fi un bun cozeur • Banalităţile • Arta de a asculta • Aptitudini importante pentru o conversaţie • Subiecte ce trebuie evitate • Întrebări care sunt prea personale pentru a fi puse • Conversaţia când tânărul din corpul executiv este singur cu un cadru superior • Afaceri şi sporovăială • Imoralitatea trasului cu ureche • Conversaţia la petrecere şi conversaţia la masă • Responsabilităţile gazdei în conversaţia din timpul mesei • Tradiţia de a schimba partenerii de discuţii la dineuri sau prânzuri festive •

CODUL MANIERELOR DIRECTORULUI ÎN CONVORBIRILE TELEFONICE: Decide cum să se răspundă la telefon • Eroii lumii de afaceri răspund personal la telefon • Felul în care îţi instruieşti secretara este decisiv • Selectarea apelurilor telefonice • Transferarea convorbirilor telefonice • Cât de bune sunt propriile maniere când vorbeşti la telefon • Aşteptatul la telefon: un rău necesar • Întruperea bruscă a unei convorbiri telefonice • Arta de a recepţiona mesajele • Robotul telefonic: o necesitate enervantă • Contactul cu serviciul de răspuns la apelurile telefonice •

TENTA PERSONALĂ ÎN SCRIEREA UNEI SCRISORI DE AFACERI: Forma potrivită a unei scrisori de afaceri • Reguli de protocol pentru cel care semnează scrisorile • Scrisorile cu antetul biroului destinate problemelor de afaceri • Când te ocupi de corespondenţa unui membru din conducere în absenţa lui • Conţinut adecvat unei scrisori de afaceri obişnuită • Scrisori referitoare la privilegii • Mulţumiri pentru o favoare, oricât de mică • Scrisoare prin care-i transmiţi unei persoane din ce motive nu a fost angajată, sau unei agenţii de ce nu a primit acordul unei colaborări • Scrisori de referinţă şi recomandare • Scrisoare de prezentare a unei persoane care se mută într-un alt oraş • Scrisoare de recomandare a unei persoane ca membru al unui club • Recomandare indiferentă pentru acordarea statutului de membru al unui club • Recomandări pentru obţinerea statutului de membru într-o organizaţie profesională • Scrisoare de recomandare pentru un membru din conducere care a fost concediat • Cereri de demisie • Scrisori de acceptare sau refuz ca răspuns la invitaţia de a te alătura consiliului de conducere al unei instituţii nonprofit • Scrisoare de refuz privind lauda sau sprijinul în scopuri comerciale • Scrisori de protest • Scrisoare de răspuns la o nemulţumire • Mulţumiri pentru un compliment • Minuta internă • Forma unei note • Comunicare printr-o notă cu o persoană al cărei nume nu-l

cunoşti • Corespondenţa personală de afaceri • Scrisori de felicitare sau de marcare a unor ocazii speciale • Scrisori pentru consolidarea unui contact • Scrisori de încurajare • Scrisori pentru circumstanţe dificile • Scrisori de recunoştinţă şi mulţumire • Scrisoare de mulţumire unui prieten care te apără • Scrisoare de mulţumire celor care se oferă voluntari pentru realizarea unui proiect major • Mulţumiri pentru o audienţă privind obţinerea unei slujbe • Notă adresată unui ziarist după un interviu • Mulţumiri pentru invitaţia la masă • Mulţumiri adresate conducerii pentru cadouri • Mulţumiri adresate unui coleg pentru un cadou personal • Refuzul politicos al unui cadou • Mulţumiri adresate şefului pentru cadoul trimis cu o ocazie specială • Scrisoare cu ocazia ieşirii la pensie • Răspunsul consiliului de conducere la scrisoarea de mai sus • Scrisoare de la un prieten personal către un pensionar •

CAPITOLUL 4: Cum te îmbraci pentru seviciu 129

Ştiinţa de a te îmbrăca cu gust • La cine să apelezi pentru sfaturi • Câteva principii de bază despre ce să faci şi ce să nu faci • Protocolul sacoului • Un aspect îngrijit • Trusa de cosmetică • Obiectele necesare pentru a avea un aspect îngrijit • Părul • Părul vopsit, perucile şi meşele • Fardul • Unghiile • Parfumul pentru femei • Garderoba unui bărbat din corpul executiv • Costumele pentru birou • Cămăşi şi cravate • Genul conservator • Ţinuta directorului tânăr • Pantofii • Ciorapii • Pălării • Biijuteriile • Garderoba de bază a unei femei din copul executiv • Accesorii • Pălăriile • Genţile • Bijuteriile • Aspectul picioarelor • Pantofii • Ţinuta adecvată • Când partenerii tăi de afaceri sunt în haine de lucru • Schimbă-ţi stilul în funcţie de ocazie • Când se recurge la schimbarea rapidă a ţinutei • Ciorapi trei sferturi şi cum arăţi fără şosete • O femeie din corpul executiv în pantaloni • O femeie din executiv în şort • Femeia şi costumul ei de baie • Cum te îmbraci pentru diverse genuri de petrecere • Schimbarea ţinutei de serviciu pentru o petrecere de seară • Pe perioada verii • În timpul iernii • Când femeia din corpul executiv participă la o serată • Diferite moduri de a te îmbrăca pentru o serată sobră • Evenimentele la care se poartă frac: o petrecere seara târziu, o ceremonie • Îmbrăcămintea pentru afaceri internaţionale •

CAPITOLUL 5: Manierele în afaceri internaţionale 154

Pregătirea pentru a lucra în străinătate • Instruirea pe plan cultural • Informaţii primite de la o persoană întoarsă recent din străinătate şi alte surse de informaţii • Ce trebuie să ştii înainte de a pleca într-o călătorie în străinătate • Ce trebuie să ştii înainte de a pleca să trăieşti şi să munceşti într-o altă ţară • Ce să-i dai unui coleg care pleacă în străinătate • Importanţa cunoaşterii limbii ţării respective • Când este esenţială o traducere • Tratarea cu consideraţie a unui interpret • Cum faci faţă cu tact întrebărilor dure • Deosebirile culturale şi de comportament în afaceri se intercondiţionează • O privire asupra câtorva indicaţii comportamentale • Fii amabil cu vizitatorii străini ai oraşului tău • Nu deranja călătorul cu cereri personale • Oferirea de cadouri pe plan internaţional • Respectă obiceiurile ţării pe care o vizitezi privind oferirea de flori şi cadouri • Sugestii pentru daruri • Special pentru copii • Când o femeie din conducere face cadouri • Un cadou special pentru un invitat străin care ţine un discurs •

CAPITOLUL 6: Şedinţe, conferinţe şi seminarii 183

Arta bunului comportament în şedinţă al unui membru tânăr din executiv • Gândeşte înainte de a vorbi • Reguli de etichetă pentru o întâlnire a Consiliului de administraţie • Importanţa unei bune comunicări • Participarea unui director la prima sa şedinţă • Când directorii de compartimente se prezintă în faţa Consiliului de administraţie • Manierele directorilor • Fotografia Consiliului de administraţie • Bunele maniere la o întâlnire de rutină din afara biroului • Întruniri mari înafara oraşului • Persoana care răspunde de organizarea acestor întruniri • Alegerea locului pentru o conferinţă sau un seminar • Cluburi şi centre de conferinţe ca alternative ale hotelurilor • Negocierile în legătură cu locul desfăşurării şi serviciile • Bacşişuri şi remize • Conferinţa anuală de licitaţie • Asigurarea realizării obiectivelor • Carnetul de notiţe al directorului şedinţei. Jurnalul unui membru din executiv pentru şedinţa anuală • Prima pagină de înregistrare • Bugetul • O evaluare a facilităţilor • Invitaţie • Lista cu evidenţa celor ce vor lua cuvântul şi a celor ce se ocupă de petrecerea timpului liber • Lista de evidenţă a audiovizualului • Inventarul rechizitelor de birou pentru întrunire • Inventarul florilor • Raport evaluativ după întrunire • Mulţumiri • Scrisoare către directorul general al locului unde s-a desfăşurat acţiunea • Manierele la întrunirile departe de casă • Când soţii şi soţiile vin împreună • Şedinţa anuală a acţionarilor - cea mai importantă întrunire a companiei • Timpul şi locul şedinţei anuale • Comunicarea detalilor • Expedierea raportului anual • Asigurarea securităţii şi confortului • Păstrarea ordinii • Ordinea de zi • Noul val : şedinţa electronică • Cum arăţi şi cum te porţi în faţa camerei video •

CAPITOLUL 7 : O bună comunicare vizuală: papetăria de birou, cărţile de vizită de afaceri şi înştiinţări 213

Articole de papetărie • Cum se pliază corect materialul pentru a-l introduce într-un plic: un simplu exerciţiu de design • Articolele de papetărie trebuie să reflecte corect imaginea companiei • Papetăria de care are nevoie un întreprinzător la începutul activităţii şi în continuare • Cazul hârtiei unui întreprinzător de succes care a făcut vâlvă • Necesarul de papetărie când este deschisă o întreprindere nouă • Următorul pas: întreprinderea prosperă • Întreprinderea continuă să crească şi să prospere • Când se căsătoreşte • Cărţile de vizită de afaceri • Ceremonialul cărţii de vizită de afaceri • Designul cărţii de vizită de afaceri • Proceduri potrivite pentru designul cărţii de vizită de afaceri • Cărţile de vizită de afaceri pentru străinătate • Cărţile poştale de afaceri de înştinţare • Oficialul împotriva familiarului • Se anunţă înfiinţarea unei noi companii • Se anunţă înfiinţarea unei noi sucursale • Motive pentru trimiterea unei înştiinţări • Schimbarea adresei (într-o invitaţie la o petrecere) • Plecarea unui grup la o altă firmă • Mutarea birourilor • Numirea unui nou funcţionar al companiei sau firmei • Un nou sector în cadrul companiei • Plecarea unui partener într-un post guvernamental • O reîntoarcere la firmă • O schimbare în conducerea superioară • Ieşirea la pensie şi numirea în postul de consultant al companiei • Reluarea numelui de fată • Schimbarea numelui şi al companiei • Un adaos la o practică (medicală) • Diferite seturi de promovări • Schimbarea

numelui companiei • O schimbare de carieră • Un anunţ simplu de fuziune • Un anunţ complex de fuziune •

CAPITOLUL 8: Arta divertismentului 235

Cum trebuie să te distrezi • Distracţiile pe scară mică. Opţiunile • Cel mai rapid mod de a distra pe cineva, când discuţi strict despre afaceri • Când vrei să placi într-adevăr unui client sau cumpărător actual sau posibil • Când vrei "să dai gata" pe cineva, impresionându-l • Când eşti cu adevărat apropiat de cineva şi de familia lui • Când inviţi pe cineva la cină acasă • Când inviţi un musafir la tine la birou la prânz • Distracţii pentru oaspeţii de afaceri din afara oraşului • Grija pentru un vizitator VIP care nu locuieşte în oraş • Când ai de-a face cu o celebritate • Când faci petrecerea • O petrecere de seară sau o petrecere de prânz, la sfârşit de săptămână, acasă • Organizarea unei cine de afaceri acasă • Cel care contribuie la oficiile de gazdă acasă atunci când nu există partener de viaţă • Originalitatea locului în care dai petrecerea • Sufrageria executivului Comportamentul tău în sufrageria executivului • Petrecerea într-un club particular • Când eşti invitatul cuiva într-un club • Ce comanzi • Mâncarea: simbolul ospitalităţii unei companii • Meniuri • Servirea vinului • Vinul servit acasă • Vinul servit într-un restaurant sau în sala de mese a unui hotel • Distracţie în stil mare • Organizatorul unei mari recepţii cu caracter social • Persoana din serviciul de protocol • Consultanţi din afară angajaţi pentru organizarea unor mari recepţii • Înţelegerea importanţei servirii mâncării • Mulţumiri pentru o treabă bine făcută • Organizarea unei mari recepţii de afaceri: lista de control • Bugetul petrecerii • Invitaţia • Paginile cu lista oaspeţilor în ordine alfabetică • Responsabilităţile organizatorului • Flori • Aranjamente în cameră • Lista de protocol • Închirierea umbrarului • Aranjamente pentru distracţii • Sfaturi cu privire la reducerile făcute la buget • Întocmirea listei de musafiri • Ţinerea la zi a listei de invitaţi • Distrându-te când te ocupi de divertisment • Persoana care se ocupă de programul de divertisment • Muzica de fond • Un program după cină • Precauţia când este vorba de actorii de comedie •
PROBLEME DE PROTOCOL PENTRU MARILE DINEURI OFICIALE - CUM POT FI FĂCUTE LUCRURILE CORECT: Rolul celui mai apropiat colaborator al gazdei şi a celui care contribuie la bunul mers al petrecerii la o mare recepţie • Prezentarea oaspeţilor înainte de recepţie • Când nu există o echipă de primire • Echipa de primire • Cărţile de vizită indicând locul • Unde stau partenerii de viaţă ai gazdelor • Modul în care să aranjezi oaspeţii de pe listă în funcţie de importanţa lor • Copia listei de intrare • Cum să le spui politicos musafirilor unde vor sta • Un invitat nu poate să-şi schimbe locul • Aşezarea liberă • Regizarea unui eveniment la o cină oficială cu oaspeţi care ţin cuvântări • Biletele de intrare • Programul tipărit • Proceduri de deschidere • Binecuvântarea • Imnul naţional • Arborarea steagurilor • Podiumul • Organizarea grupului de pe podium • Alternative pentru podium • Rolul maestrului de ceremonii •
DIFERITE GENURI DE PETRECERI: Petreceri în care sunt cuprinse cocktailuri • Diverse genuri de petreceri care implică cocktailuri şi aperitive • Mostre de meniuri • Ce face să fie reuşită o petrecere-cocktail? • Lista de verificare pentru o petrecere cocktail • Accesoriile necesare • Barmanul va avea nevoie de: • Băuturi preparate pentru un bar bine aprovizionat • Controlul costurilor la

petrecerea ta • Ce să faci dacă nu există o încăpere specială pentru cocktailuri înainte de cină, într-un restaurant • Manierele invitatului la un cocktail • Un ceai de afaceri - de ce nu? • Petrecerea pentru prezentarea unui nou produs • Petrecerea de Crăciun la birou • O petrecere dată în cinstea artelor • Divertisment pentru oaspeţi străini, clienţi şi angajaţi împreună. Studiul unui caz • Cum poate copia o companie mică ideile uneia mari •
PROTOCOL DE DIVERTISMENT PENTRU GAZDE ŞI MUSAFIRI: Manierele la restaurant • Protocol pentru gazde şi musafiri la restaurant • Regulile nescrise ale comportamentului la restaurant • Bacşişurile şi modalităţile de a le oferi • Diplomaţia invitaţiei • A nu participa după ce ai acceptat A trimite pe altcineva să te înlocuiască • Când nu ai fost invitat • Invitând şeful şi fiind invitatul şefului • Executivul sau soţia lui trebuie să facă invitaţia? • Invitaţia unei persoane necăsătorite nu implică automat "aducerea prietenei"! • Când o femeie executiv, căsătorită, merge cu un prieten la o petrecere organizată de companie • Când musafirii tăi nu vor să plece acasă • Toastarea • Contramandarea unei petreceri • Alcoolul: trebuie să se servească sau nu? • Cum poáte fi distrat un alcoolic în perioada de dezalcoolizare • Atitudinea gazdei şi invitaţiilor faţă de fumat la o petrecere • Cum trebuie să se comporte un oaspete fumător • Manierele când se fumează trabucuri • Folosirea drogurilor la o petrecere •

CAPITOLUL 9: Invitaţiile şi răspunsurile lor 325

Cărţile poştale pentru "Reţinerea datei" • Invitaţia şi părţile ei • Numele, simbolul sau antetul companiei • Numele gazdelor şi cum să le incluzi în listă • Partenerii de viaţă ca gazde la un eveniment de afaceri • Formula folosită când inviţi • Tipul de eveniment • Oaspetele de onoare şi scopul evenimentului • Ora • Adresa • Instrucţiuni speciale • Designul unei invitaţii • Hotărîrile conducerii • Rolul persoanei din companie care se ocupă de această întrunire • Rolul designerului • Invitaţii diferite, evenimente diferite • Completarea invitaţiilor gravate • Invitaţie cu spaţii albe de completat • Invitaţia clasică oficială • Aspectul modern al unei invitaţii • Invitaţia neobişnuită • Designul unei invitaţii pentru o recepţie oficială • Pentru un eveniment care cere două invitaţii • Pentru lansarea unui produs • Invitaţie la un mic dejun • O petrecere surpriză pentru cineva care iese la pensie • Sărbătorind o fuziune şi comunicând o nouă emblemă combinată • Invitaţie la o petrecere pe vas • Un supeu neoficial pentru clienţi înaintea unui meci • Trecerea invitaţiei în sectorul de expediere • Conţinutul plicului • Adresa de pe plic • Indicaţii privind protocolul în adresarea plicurilor • Timbrarea • Cu cât timp înainte trebuie expediate scrisorile • Solicitarea unui răspuns la o invitaţie: RSVP-ul • Confirmarea la o invitaţie • Răspunsul este solicitat până la o dată anume • Refuz simplu • O carte poştală de confirmare pusă împreună cu invitaţia solicită un răspuns • Aducerea unui prieten de sex opus • Confirmările oaspetelui către gazdă • Secretara trimite un răspuns în locul şefului ei • Răspunsul la o invitaţie de nuntă • Un răspuns oficial la o invitaţie • O acceptare oficială • Un refuz oficial • Scrisorile de "reamintire" pentru invitaţi • Scrisoare de "reamintire" • Alte forme de aducere aminte • Schimbarea datei evenimentului • Anularea unui eveniment • O invitaţie bine pusă la punct: studierea unui caz • Preşedintele unei mici companii dă o petrecere la ţară •

Titlurile înaintea numelor • Anunţarea unui titlu în scris • Folosirea titlului profesiei sau afilierii după numele de familie • Esquire sau doctor pentru avocaţi • Junior sau Senior: al II-lea, al III-lea şi al IV-lea • Adresarea către persoane din executiv cu "sir" (dle) sau "ma'am" (dna) • Scrisori şi plicuri adresate unor persoane neoficiale • Scrisori de afaceri • Plicuri pentru invitaţii • Titluri profesionale străine • Adresa unei oficialităţi guvernamentale: o mostră • "Onorabil" - titlu de respect în America • Cum adresezi un plic folosind "onorabilul" • Cum să foloseşti titlurile persoanelor oficiale în timpul conversaţiei şi în scris • Formula "Dragul meu domn cutare şi cutare" ca formulă de introducere într-o scrisoare • Cum te adresezi oficialităţilor, cum foloseşti titlurile lor în timpul conversaţiei • Cum te adresezi în mod special femeilor • Foloseşte "Doamnă" atunci când te adresezi unei femei dintr-o ţară străină • Cum te adresezi partenerilor de viaţă ai unor persoane cu statut oficial • Afaceri oficiale cu oameni din străinătate • "Excelenţa sa" pentru oficialităţi străine • Naţiunile Unite • Britanicii: prietenii noştri cu multe titluri • Familia Regală • Guvernul britanic • Camera lorzilor • Oficialităţile canadiene • Corespondenţa cu oficialităţile franceze • Titlurile vest-europene •

CAPITOLUL 11: Recepţionerul, asistentul administrativ, secretarul executivului şi imaginea companiei 372

Recepţionerul • Secretarul executivului sau asistentul administrativ • Cultivarea manierelor la birou • Schimbarea titlului pe măsură ce se ridică în grad • Cum se adresează un director secretarei • Hai să scăpăm de "Fată" • Discuţii despre "a merge la o cafea" • Privind-o într-o lumină nouă • Cum să-ţi ajuţi secretara sau asistentul administrativ cu sfaturi constructive • În societate tratează-ţi secretara ca pe un egal • Omagiu adus unei secretare a executivului •

CAPITOLUL 12: Pensionarea unui membru din cadrul executivului 381

Ce poate face compania • Unele companii sponsorizează activităţile pensionarilor • Pensionarul îşi anunţă ieşirea la pensie prin poştă • Compania organizează o petrecere de pensionare • Discursul de pensionare • Atitudinea executivului tânăr faţă de un executiv care se pensionează • Pensionarul plin de tact •

CAPITOLUL 13: Când un membru al executivului moare 386

Compania intră în acţiune când moare un executiv superior • Ce trebuie să facă o companie acasă la cel decedat • Ce trebuie să facă o companie la birou • Anunţul de deces • Ce trebuie să facă compania în vederea înmormântării • Plasatorii şi cei care duc sicriul • Elogiul • Ce face compania după înmormântare • Compania ţine propriul ei serviciu de comemorare • O carte de liturghie: Un gest pentru o familie catolică • Obiceiuri speciale pentru familiile executivului sau angajaţilor evrei decedaţi • O donaţie făcută unei instituţii nonprofit "în memoria lui" • Organizarea unei comemorări • Legătura cu

partenerul de viaţă supravieţuitor • Omagii publicate la adresa executivului defunct • Când un executiv moare fiind la post în străinătate • Scrisori de condoleanţe • Scrisoare de condoleanţe de la un executiv către mama unui coleg necăsătorit • Scrisoarea de condoleanţe a unui angajat către familia executivului • Scrisoare de condoleanţe pentru cetăţenii unei ţări străine al cărei lider a murit • O notă personală: scrisoare de condoleanţe de la un fost executiv superior către familia altui executiv superior • Recunoştinţa pentru exprimarea simpatiei • Familia este recunoscătoare prietenilor şi colegilor pentru gesturile lor • Mulţumiri aduse de familie companiei, pentru gesturile făcute •

CAPITOLUL 14: O companie îşi sărbătoreşte aniversarea 401

Plănuind o sărbătorire • Apelând la nostalgie • Durata celebrării unei aniversări • Amploarea celebrării potrivit vârstei companiei • A cincea aniversare • A zecea aniversare • A douăzeci şi cincea aniversare • O companie mare îşi sărbătoreşte o aniversare majoră • Publicarea unei cărţi despre companie • O casetă video cu istoria companiei • Grupuri care merită o atenţie specială • Angajaţii • Acţionarii • Clienţii principali, negustorii, VIP-urile etc. • Presa • Comunitatea • Este binevenit un turneu de spectacole organizat de o companie mare •

CAPITOLUL 15: Arta de a oferi cadouri în afaceri 409

Moment potrivit şi motiv justificat • Alegerea unui articol • Trimiterea florilor • Flori pentru funeralii • Când oferi un cadou şi când dai bacşiş • Schimbul de cadouri între angajaţi şi patroni • Politica firmei în timpul sărbătorilor • Patronul îşi aminteşte de "secretele oamenilor"• Darul angajatului pentru şef • Schimbul de cadouri între secretară şi şef • Când mai multe persoane au o singură secretară • "Ziua secretarei" • Colecte pentru cadourile angajaţilor • Probleme privind cadourile de nuntă făcute de executivi angajaţilor • Darurile companiei pentru clienţi, cumpărători şi VIP-uri • Aplicarea emblemei corporaţiei pe darurile companiei • Recompensele de încurajare • Idei pentru oferirea de cadouri în afaceri • Alimentele ca dar în relaţiile de afaceri • Cadouri constând din băuturi alcoolice şi vinuri • Accesoriile de bar • Pentru oameni deosebiţi şi ocazii speciale • Pentru executivii noi • Pentru cineva care călătoreşte • Decoraţiuni interioare pentru un birou nou • De la un oaspete pentru gazdă • Cadouri speciale pentru ziua de naştere • Daruri de nuntă • Serviciile companiei pentru cadourile de aniversare • Pentru nou-născutul unui cumpărător important • Pentru cineva bolnav, în spital sau acasă • Ocaziile în care trebuie date cadouri frumoase • Cadouri pentru pensionari • Cadourile legate de artă • Comandarea unui portret • Un schimb de cadouri în perioada de fuziune şi de achiziţie • Oferirea şi returnarea unui dar nepotrivit • Politica unei companii de interzicere a acceptării cadourilor • Acceptarea şi răsplata pentru un cadou •

Epilog 431

Consemnări

Încrederea dovedită de prietena şi colega mea, Eleanor Rawson, membră a Forumului Femeilor, în asumarea răspunderii privind publicarea acestei cărţi, este monumentală. Cu o bogată experienţă în conducere, Eleanor Rawson şi-a dezvoltat o imagine proprie, de ansamblu, asupra comportamentului social la locul de muncă, fapt care a făcut munca noastră mult mai uşoară. Doresc, de asemenea, să-i mulţumesc asociatului ei, Toni Sciarra, editor la Rawson Associates, pentru ajutorul incomensurabil pe care ni l-a dat în a pune lucrurile în mişcare.

Trebuie să salut eforturile impresionante ale editoarei mele, Sandi Gelles-Cole, care fizic este jumătate din statura mea, dar spiritual, probabil, superioară mie. Am fost "Mutt-ul şi Jeff-ul"*) lumii editoriale de-a lungul anului trecut. Ea m-a trezit zilnic, cu graţie şi fair-play, obligându-mă să rescriu un manuscris greoi (de 1 700 pagini dactilografiate) până la ultima variantă care este o umbră a scrierii iniţiale. Multe din paginile manuscrisului meu au ajuns la coş dar, cum ea îmi reamintea mereu, misiunea mea nu era să rescriu Biblia, ci să promovez o carte cu informaţii utile, o carte de îndrumare.

Îi mulţumesc lui Remo Bramanti pentru transcrierea desenelor mele, inapte şi lipsite de speranţă, în propriile sale ilustraţii încântătoare. Numai al lui este harul de a face ordine în haos!

Trebuie, de asemenea, să-i mulţumesc minunatei şi bunei mele prietene Nancy Tuckerman, care a lucrat mult, din greu şi cu dragoste pentru această lucrare în anii ei de început şi de asemenea, lui Nancy Dunnan care a făcut cercetări strălucite.

Asistenta mea de la întreprinderile „Letitia Baldrige", Nana Katsiff, nu numai că m-a ajutat în felurite chipuri să aduc acest manuscris la o formă finală, dar a şi rezistat eroic izbucnirilor mele de frustrare şi lamentare, cauzate de cele douăzeci şi patru de ore de muncă zilnică - conducerea companiei mele, scrierea acestei cărţi şi ducerea la bun sfârşit a obligaţiilor de soţie, mamă, gospodină şi însoţitor de câine. Soţul meu îi este, de asemenea, recunoscător Nanei, pentru că ea îmi suporta lamentările cinci zile pe săptămînă, în timp ce el doar serile şi la sfârşitul săptămînii.

Credincioasa mea Lily Lodge, vicepreşedinte al „Corporate Manners" (un compartiment al companiei mele), a fost, bineînţeles, suportul meu moral şi devotat în scrierea acestei cărţi. Intuitivă şi plină de perspicacitate, Lily a fost partenerul meu „polivalent" în antrenarea executivului în activitatea de conducere.

De-a lungul textului se întâlnesc nume de oameni care m-au ajutat, dar lipsesc şi multe altele ale celor care, de asemenea, m-au sprijinit. Tuturor le spun: vă mulţumesc, vă mulţumesc şi iar vă mulţumesc. Sper că de trei ori MULŢUMESC exprimă îndeajuns recunoştinţa.

---

* Mutt-ul şi Jeff-ul - caractere comice

Nota autorului

Mi se pare potrivit să încep această carte printr-o constatare esenţială ce ţine de protocol. Afirmarea femeilor în activitatea social-economică şi în special, în funcţii de conducere, a făcut necesară pentru mine căutarea, de-a lungul scrierii acestei cărţi, a unui pronume care să reprezinte ambele genuri fără a părea necorespunzător. În cei cinci ani care mi-au trebuit pentru scrierea lucrării de faţă am fost incapabilă să găsesc un asemenea pronume şi nici o cale de-a acoperi neîndemânarea frazeologică a includerii lui *el* şi *ea* pentru orice opinie exprimată. De aceea am decis ca, în majoritatea cazurilor, să continui cu clasicul *el,* chiar dacă mă refeream la ambele sexe.

Sunt mândră de faptul că femeile au ajuns atât de departe, încât eu trebuie să-mi încep lucrarea despre manierele executivului cu o scuză, pentru a explica de ce femeile sunt incluse în prenumele *el.*

De ce avem nevoie de o carte despre maniere în afaceri?

Aceasta este o carte despre *modul de comportare* dar şi despre *măiestrie*. Este o carte despre importanţa detaliului şi despre modul în care o sumă de detalii reunite pot crea o prezenţă puternică şi efectivă a personalului de conducere, propulsând individul în cariera sa. Aşadar, aceasta este o carte despre modul în care se poate obţine succesul.

Este o carte cu caracter informativ; anumite părţi sunt valabile pentru unele cadre de conducere, alte părţi pentru altele, iar un capitol al ei se adresează *tuturor* cadrelor de conducere. Geniul computerului, de exemplu, care comunică tot timpul, nu cu o persoană ci cu un terminal, poate că ar avea nevoie de un „aid-memoire" ca să salute şi să zâmbească atunci când îşi întâlneşte colegii pe hol. Cadrul superior de conducere poate că ar avea nevoie de un „aid-memoire" care să-i amintească să pună „Onorabile" înaintea numelor unor VIPs*) de pe lista corespondenţei sale. Un tânăr avocat poate că ar avea mare nevoie de nişte tertipuri ca să-şi poată convinge mai uşor clienţii mai în vârstă; un bancher care se deplasează în străinătate ar avea nevoie de informaţii despre climatul social din ţara respectivă pentru a evita comiterea unor gafe grosolane. Comis-voiajorii trebuie să aibă un anumit comportament pentru a atrage clientela; o companie care găzduieşte nişte clienţi importanţi trebuie să aibă idee cum ar trebui să se comporte cu aceştia într-o seară la restaurant.

Această carte se bazează pe principiul că o comportare adecvată dă roade; ea nu numai că îmbunătăţeşte climatul de muncă şi contribuie la ridicarea moralului angajaţilor, creînd o imagine favorabilă companiei, ci joacă şi un rol important în obţinerea profitului. Evident că o atmosferă în care oamenii se respectă unii pe alţii face o impresie mai bună clientului. Este foarte important de ştiut, de asemenea, că o companie al cărei personal are o comportare demnă şi de înaltă clasă atrage şi păstrează lumea bună.

---

* VIPs - Very Important Persons - persoane foarte importante.

Iar pe de altă parte, o comportare neglijentă, lipsită de conştiinciozitate şi de atenţie este lesne de sesizat în orice domeniu, făcându-i pe toţi cei implicaţi să se simtă stânjeniţi: „un comportament negativ" indiferent dacă provine din neglijenţă, neatenţie sau ignoranţă, îl poate costa pe un individ o promovare, ba chiar şi slujba, privându-l de o viaţă socială mai bună pe care o jinduieşte oricine.

Bunele maniere aparţin muncii inteligente.

Bunele maniere nu sunt incompatibile cu fermitatea în afaceri. Dar fermitatea se poate manifesta fără meschinărie. Dacă trebuie să iei o hotărîre fermă, o iei şi treci imediat la acţiune, dar există de obicei mai multe posibilităţi de a aduce la îndeplinire acea hotărîre.

Cînd am revăzut, acum câţiva ani, cartea dnei *Amy Vanderbilt*, despre etichetă, am introdus un scurt capitol referitor la comportarea în afaceri. Acest capitol a fost citit de oameni care nu se gândiseră niciodată mai înainte să consulte o carte despre etichetă. Unele părţi din acest capitol au fost retipărite de diferite companii şi reviste de succes. Am început să primesc telefoane din toată ţara, cerându-mi-se tot felul de informaţii, de la cum să formulezi cu pricepere o invitaţie de afaceri până la cum trebuie tratat un prinţ saudit venit în vizită. Mă descurcam în întrebări referitoare la designul rechizitelor de birou de la conducere, modul în care trebuie trimise cărţile de vizită de afaceri şi în dilemele privind organizarea unui dineu la nivel înalt („Ce trebuie să facem când sosesc împreună ambasadorul Franţei la Washington şi ambasadorul Franţei la Naţiunile Unite?"). Tinerii conducători mă încolţeau la cocktailuri cu întrebări de genul: „Cînd este indicat să-l invit pe şeful meu la mine la masă fără să pară că l-aş peria?" şi „Ce este indicat să faci când trebuie să întreţii un client de prima mână şi acesta e beat criţă?".

Până în 1980 era foarte clar că exista un mare volum de informaţii de această natură. Dar nu exista nici un manual detaliat care să dea informaţii din punct de vedere social, despre latura *umană* din afaceri. Existau multe cărţi care te sfătuiau cum să te ajuţi singur, care te învăţau cum poţi deveni bogat, dar nu era nici una care să-ţi spună cum trebuie să te comporţi ca să ajungi acolo. Directorii şi profesioniştii care „parvin" acum în afaceri, au trecut printr-o perioadă tulbure în tinereţe, începând de prin anii '60 până prin '70. În această perioadă, a existat o imensă mobilitate în ascensiunea socială şi economică. Clasa de mijloc a devenit numeroasă, tineretul protestatar, iar femeile şi-au părăsit casa ducându-se la muncă, schimbându-şi statutul pentru totodeauna.

Această revoluţie complicată şi multilaterală este motivul real pentru care a trebuit scrisă o asemenea carte. În timpul acestor schimbări şi adaptări, educaţia a evoluat în multe domenii, dar a regresat în ceea ce priveşte comportamentul. În timp ce astăzi, la conducătorii mai vârstnici, regulile de comportare au devenit reflexe, foarte puţine reguli concrete se găsesc scrise în ajutorul celor care n-au beneficiat de experienţa cadrelor mai în vârstă, rutinate. Comiţi multe greşeli până să ajungi la succes, dintre care multe ineficiente şi care te pot costa scump. În management nu există un mod concret de a învăţa care este cea mai potrivită comportare socială. Este necesar ca tinerii conducători să-şi însuşească ceea ce ar fi trebuit să înveţe de acasă şi n-au învăţat de cele mai multe ori.

Niciodată atât de multe cadre de conducere, din domenii atât de diferite, n-au împărţit mai înainte acelaşi loc de muncă. Ne confruntăm nu numai cu o creştere continuă a numărului celor de alte naţionalităţi care deţin posturi de conducere, dar chiar şi cu americanii, care în funcţie de grupul de vârstă din care fac parte, s-au dezvoltat sub influenţe culturale şi sociale foarte diferite. Dacă ar încerca cineva să facă o statistică a diferenţelor dintre instruirea lor în ceea ce priveşte com-

portamentul social, i-ar putea împărţi în trei categorii după vârstă: vârstnicii, cei de vârstă mijlocie şi tinerii.

Conducătorii vârstnici, trecuţi de 50 de ani şi mergând către 60, sunt produsul unei epoci total diferite. Ei fac parte dintr-o societate în care familia era puternică, în care femeile stăteau acasă şi familia se strângea în jurul mesei în fiecare seară la cină şi duminica la prânz. La şcoală se învăţau cu conştiinciozitate bunele maniere, iar copiii şi le mai însuşeau şi prin osmoză. Chiar dacă se împotriveau disciplinei şi comportamentului social, ei trebuiau totuşi să se supună.

Creşteau ştiind cum trebuie să te comporţi în orice situaţie socială şi adesea nu-i înţelegeau pe cei care nu ştiau s-o facă. Pentru ei, aceste cunoştinţe sunt fireşti şi academice. Astăzi, aceşti conducători pot face faţă deseori situaţiilor sociale, deşi protocolul s-a schimbat.

Conducătorii de vârstă mijlocie, care au acum peste 30 de ani şi chiar 40, sunt produsul mai multor revoluţii sociale simultane, dintre care cea mai serioasă a fost protestul tineretului. Individualismul şi protestul erau în floare în tinereţea lor, în timp ce comunicarea dintre părinţi şi adolescenţi devenise imposibilă. Tinerii denigrau instituţiile, iar bunele maniere erau considerate de orice tânăr de peste 14 ani, drept învechite.

Astăzi, aceşti conducători trebuie să facă faţă multor situaţii de afaceri în care este nevoie de abilitate, ceea ce-i determină să nu se simtă în largul lor. Ei muncesc din greu pentru a găsi modul potrivit „de comportare manierată" până să realizeze atitudinea corespunzătoare.

Conducătorii tineri, care au acum 20 până la 30 de ani, sunt produsul noii tehnologii şi a inovaţiei în educaţie. Ei au crescut într-o perioadă în care viaţa de familie a fost segmentată. Au proliferat căsătoriile multiple, şi ei s-au dedat unor activităţi care, fie că îi ţineau afară din casă, fie că-i imobilizau în camerele lor, cu căştile de radio pe urechi. Conservatori în mod fundamental, ei au primit foarte puţină educaţie în ceea ce priveşte bunele maniere şi comportamentul după terminarea şcolii generale.

Sunt multe împrejurări în care aceste tinere cadre de conducere nu se simt în largul lor, dar continuă să-şi menţină „modul lor de comportare". Adesea nu ştiu „ce ar trebui să facă", aşa că nu trebuie să vă alarmeze lipsurile şi omisiunile din comportarea lor în societate. Totuşi, dacă li se arată diferenţa dintre comportarea bună şi cea rea, ei sunt dispuşi să o adopte pe prima.

Manierele sunt cheia bunelor relaţii dintre oameni. Ele guvernează modul în care se poartă unii cu alţii, indiferent dacă se află într-o mină sau într-un cabinet cu lambriuri de mahon. Când oamenii care lucrează în acelaşi loc aderă la regulile comportamentului social, locul de muncă devine eficient. Nu există confuzie şi pierdere de timp. Când oamenii se tratează între ei cu respect, nu se bruschează unul pe altul, sunt reduse la minimum poticnirea, stângăcia, bâjbâiala în vorbe sau întrebările de genul:" ce mai poţi face mai departe?".

O cunoaştere a bunelor maniere propulsează automat fiinţele umane în aceeaşi direcţie. Până acum, managementul a dat prea puţină importanţă acestui subiect, mai ales în ceea ce priveşte legătura lui cu profitul. Este timpul nu numai să ne gândim la el, ci să-i acordăm prioritate în instruirea managerială. Tânărul conducător de azi e bine educat, bine motivat şi deosebit de inteligent. Dar se simte adesea stânjenit când se confruntă cu o situaţie care se pretează la mai multe posibilităţi de comportare. Adesea el nu ştie cum să se sustragă dintr-o situaţie jenantă, nerealizând că bunele maniere constau două treimi din logică sau bun simţ şi o treime din amabilitate. O dată ce realizează valoarea bunelor maniere, de obicei îşi dă seama de

importanţa unei vieţi care se ghidează după o regulă de aur - când eşti amabil cu ceilalţi şi ei sunt amabili cu tine.

Cineva care este manierat opt sau nouă ore pe zi la serviciu, nu se lasă pradă egocentrismului şi lipsei de consideraţie faţă de ceilalţi, când este acasă. Nu poţi răsuci bunele maniere, ca pe un robinet când pe deschis, când pe închis. Ele se fixează în caracterul şi comportamentul tău.

Am luat hotărîrea să prezint în această carte comportarea socială a directorului, din două perspective: ca o relaţie umană între persoane şi ca ritual de protocol. O atitudine adecvată, manifestarea bunăvoinţei şi respectului sunt elemente de bază în stabilirea bunelor relaţii personale, atât la locul de muncă cât şi în viaţa socială. A şti ce trebuie să faci, când să faci şi cum anume să procedezi sunt elementele de bază ale manierelor unui director. Există indicatoare care te îndrumă în ambele sensuri. Cel care citeşte această carte va descoperi că a fi conştient, a gândi dinainte şi a folosi bunul simţ sunt factori esenţiali atât în obţinerea succesului de către cadrul executiv, cât şi în dezvoltarea sa pe plan social.

Deşi este cea mai cuprinzătoare carte din câte s-au scris până acum despre comportamentul social în domeniul afacerilor americane, este imposibil să fie acoperite, până în cele mai mici detalii, toate situaţiile posibile, sporadice, pentru majoritatea celor care activează în lumea afacerilor. Numai comportamentul plin de înţelegere în practicile sociale internaţionale, de exemplu, ar necesita mai multe cărţi. Oricum, cea de faţă cuprinde cele mai importante reguli de etichetă. Omul de afaceri care va înţelege că respectul faţă de ceilalţi este principiul de bază al comportamentului social ideal şi va folosi informaţiile oferite de această carte ca ghid suplimentar, va fi capabil să se descurce cu uşurinţă în orice situaţie legată de afaceri, indiferent dacă se va afla în oraşul Sioux (Iowa, SUA), Paris (Franţa) sau Tokio (Japonia).

Adevăratele maniere nu sunt manifestări ale snobismului, nu este nimic nefiresc în ele. Adesea, acestea se pot materializa prin simplul gest de a ajuta pe cineva la nevoie. Sub o formă elementară, aceasta ar putea consta în a ajuta pe cineva să-şi îmbrace haina pe culoarul unui avion aglomerat; într-o formă mai complexă ar putea consta în a sări în ajutorul cuiva care se află în primejdie, fără a cumpăni nici o clipă la propria securitate.

Pentru cei ce susţin aceste maniere, ele reprezintă doar o problemă de caracter şi nu de instruire; şi citând un director care remarca în timpul unei expuneri făcută în faţa unui public din lumea afacerilor: „Bineînţeles că nu poţi învăţa un derbedeu să fie manierat, dar dacă te ocupi din timp de el şi-l înveţi câte ceva, vei avea sentimentul că l-ai împiedicat să se transforme într-un veritabil derbedeu!".

Cuvintele lui îmi întăresc, mai mult ca orice, convingerea că bunele maniere ar trebui să facă parte din programa de învăţământ, de instruire a cadrelor de conducere din domeniul afacerilor. De aceea am introdus în procesul de instruire a celor din lumea afacerilor predarea, în cadrul unui program de prelegeri şi seminarii, a bunelor maniere.

Deseori am fost întrebată: „Pentru ce te erijezi în expert pe această temă?". Întrebarea merită un răspuns şi replica mea constituie un exemplu de justificată renunţare la încântătoarea modestie.

Am lucrat în calitate de cadru executiv, timp de 37 de ani, în patru ţări. Îmi conduc propria întreprindere de relaţii cu publicul şi marketing din 1964. Am fost primul director pentru relaţiile cu publicul la Tiffany's şi primul director pentru problemele consumatorului la ramurile industriale Burlington. Am lucrat în calitate de asistent al ambasadorului Statelor Unite la ambasadele americane din Paris şi

Roma şi ca şef de personal al dnei Kennedy la Casa Albă, pe vremea administraţiei John F. Kennedy. Timp de zece ani am fost director de companie şi consultant pentru marile corporaţii şi micile afaceri. Având experienţă în domeniul afacerilor, după ce am absolvit facultatea, în perioada în care am fost în Europa, am scris articole şi cărţi, am ţinut rubrica despre manierele elegante la un ziar sindical. Am fost observator social mult timp înainte de a intra în posesia scrierilor doamnei Amy Vanderbilt despre etichetă. Am urmărit mulţi oameni cu răspunderi de stat în palatele lor şi directori de companii în acţiune, în sălile de conferinţe. Am participat în perioada aceea la aproximativ 8 000 de adunări, am văzut unele companii apărând brusc şi altele care mergeau bine. În toată acea perioadă pe care am folosit-o observând şi ascultând, făcând greşeli pentru care am plătit, am ajuns la concluzia importantă, dar nu neobişnuită, că oamenii sunt la fel pretutindeni. Există oameni buni şi oameni răi, nepoliticoşi şi curtenitori, sensibili sau absolut insensibili. În practica socială există, bineînţeles, diferenţe regionale, diferenţe de comportament de la un domeniu la altul, dar există şi un factor comun în toate profesiile sau afacerile: dorinţa de a te face plăcut şi a face ceea ce se potriveşte cu momentul respectiv.

E trist să vezi reuşind un bărbat (sau o femeie) neghiob sau necioplit, cu deprinderi urîte. Poate fi privit în organizaţia sa ca un model în domeniul respectiv, cu care să te întreci, ale cărui atitudini ar trebui copiate cu fidelitate ca o cheie a succesului? Cred că nu. Cred că oamenii îi admiră pe adevăraţii conducători din corpul executiv, pe cei ce manifestă interes faţă de ceilalţi, care au simţul dreptăţii şi sunt morali în relaţiile de afaceri.

Pentru această carte am culeş informaţii de la cadre de conducere reprezentând toate nivelurile managementului. Le-am cerut părerea, le-am ascultat când au vorbit despre problemele lor şi le-am solicitat să-mi spună pentru ce comportare optează, considerând-o mai indicată într-o situaţie dată. Am discutat cu preşedinţi de departamente, studenţi din şcolile de management, cu bancheri, ingineri, avocaţi, cu personalul comercial, etc. Am vorbit cu directori care şi-au făcut repede loc şi alţii care încă mai luptau pentru o poziţie, cu directori adjuncţi şi secretari ai unor directori, cu impresari ce se bucurau de succes şi cu alţii care erau abia la începutul carierei.

Am încercat să redau opiniile lor în ceea ce priveşte comportarea adecvată - ca şi opiniile mele - uşor subiectiv, în aşa fel încât nimeni să nu se considere intimidat de acest subiect. Pentru că este abordabil, omenesc şi foarte eficient. Având experienţa propriilor mele greşeli făcute în posturi de răspundere, ştiu cât de stingherit te simţi, chiar rănit, de unii paşi greşiţi pe care-i faci. Am comis cele mai grave gafe pe care le poate comite cineva - în timp ce eram în centrul atenţiei -, unele chiar în capitale străine şi la Casa Albă. Şi ştiu ce înseamnă să supravieţuieşti. Eu am supravieţuit tuturor acestor gafe, adunându-mă singură de pe jos şi mergând mai departe, convinsă fiind că „totuşi, de data asta n-a fost chiar atât de rău, data viitoare putând fi mult mai rău!".

Unele dintre informaţiile ce vor urma, în mare măsură amuzante, pot părea aplicabile doar în marile corporaţii care dispun de bugete considerabile. Dar parcurgând materialul, se pot trage multe învăţăminte şi pentru organizarea unor proiecte cu buget redus. Există momente, într-o economie deficitară, când chiar şi o corporaţie de prima mână trebuie să-şi reducă în mod drastic cheltuielile şi ca să ne exprimăm în limbajul de specialitate, să lucreze „în pierdere". Asta nu afectează cu nimic imaginea sa de înaltă clasă, pentru că înalta clasă este un lucru mult mai adânc decât aparenţele exterioare. Clasa companiei este imprimată de oamenii care lucrează în ea.

Sper ca această carte să-i poată ajuta pe oameni să găsească cea mai bună cale de urmat în orice situaţie. Dacă mă refer câteodată la cei bogaţi şi puternici, este pentru a-i îndemna pe tinerii întreprinzători, care nu sunt încă puternici, să privească viitorul cu încredere, vrând să le arăt cum să acţioneze de la început. Singura şansă fiind să înveţe, să imite şi să se adapteze situaţiei.

Sper că această carte va place atât directorilor, cât şi celor tineri, pentru că primii ştiu mult mai puţin decât cred că ştiu, în timp ce cei din a doua categorie află adesea suficient pentru a-i învăţa şi pe primii câte ceva. Şi sper de asemenea, că oricine va citi cartea, din scoarţă-n scoarţă, va ajunge la concluzia că, într-adevăr, bunele maniere înseamnă afaceri bune şi o bună reputaţie. Poate exista o combinaţie mai bună?

Partea I

RELAŢIILE DINTRE OAMENI LA LOCUL DE MUNCĂ

Cu o generaţie şi jumătate în urmă, o carte despre afaceri n-ar fi conţinut, în nici un caz, un capitol privind relaţiile dintre femeile şi bărbaţii ce fac parte din consiliul director. N-ar fi fost nimic de spus în acest domeniu, pentru că, pur şi simplu, nu existau, cu rare excepţii, femei al căror serviciu să poată fi considerat drept „de conducere". Poate că tocmai pătrunderea acestora în rândurile personalului de conducere, din lumea afacerilor, a şi determinat creşterea rolului pe care-l au azi relaţiile dintre sexe şi cele interpersonale, din acest domeniu. Sensibilitatea nu constituia o componentă a concepţiei manageriale. Dar pătrunderea femeilor în rândul celor din conducere i-a făcut pe bărbaţii din acest domeniu să acorde mai multă atenţie comportării lor în afaceri. Aceasta, plus interesul crescând pentru mişcarea potenţialului uman, a sporit cota de sensibilitate a tuturor şi, ca o consecinţă, s-a dovedit că productivitatea şi profitul sunt strâns legate de munca de calitate şi relaţiile personale din interiorul organizaţiei. Cum ne apropiem de mileniul trei, interesul unei persoane faţă de alta a devenit o surprinzătoare cheie de boltă în preocuparea companiilor pentru dezvoltare şi succes. Este foarte important ca, în procesul muncii, femeile şi bărbaţii să se înţeleagă între ei, să participe în egală măsură şi să se comporte cu eleganţă. Atitudinea şovină aparţine învinsului.

1

Calităţile personale care fac viaţa la locul de muncă mai suportabilă

Moise n-a dat niciodată porunci în domeniul afacerilor, dar s-a gândit, probabil, la afaceri când a coborît de pe munte cu tablele legii. Este imposibil să desparţi comportarea frumoasă în afaceri, şi chiar protocolul, de bunătate şi amabilitate.

Un cadru de conducere, care înţelege şi trăieşte după regulile nescrise ale interesului faţă de ceilalţi, se descurcă cu uşurinţă atât în domeniul afacerilor, cât şi în cel social, iar aceste reguli se bazează pe amabilitate şi abilitate. Nu-i vorba despre un comportament fals, afectat sau elitist, ci, pur şi simplu, de cineva care ştie să calce cu dreptul. Asta înseamnă să ai simţul afacerilor.

Prototipul unui bun director

Ca să dovedeşti că îndemânarea în afaceri se îmbină cu un caracter frumos în realizările unui excelent director, trebuie doar să remarci ce calităţi personale are acesta, care fac viaţa mai uşoară pentru toţi cei de la locul respectiv de muncă.

Un bun director

- Nu pretinde niciodată celorlalţi să se supună unor reguli la care nu se supune el însuşi.

- Îşi face tot atât timp să-şi asculte subordonaţii cât afectează pentru a le da ordine.
- Îşi ţine promisiunile, indiferent dacă sunt mari sau mici.
- Insistă pentru o bună înţelegere internă - sinceră, atentă şi bilaterală - deoarece conducerea trebuie să răspundă nevoilor salariaţilor şi el trebuie să fie la curent cu orice nemulţumire.
- Respectă ideile celorlalţi.
- Participă activ şi plin de înţelegere la şedinţe, fără să-şi piardă timpul cu întreruperi şi banalităţi.
- Trimite copii după scrisori şi note informative tuturor celor interesaţi în proiectul respectiv, în aşa fel încât să nu jignească mândria personală a nimănui.
- Nu se amestecă necugetat în treburile altuia.
- Apără cu putere orice angajat acuzat pe nedrept.
- Acceptă reproşurile adresate grupului său, chiar dacă nu a comis personal vreo greşeală.
- Acordă deplină încredere tuturor celor ce o merită.
- Face o critică mai curând constructivă decât distructivă, când e cazul şi întotdeauna în particular.
- Este atent dacă compania sa merge mai bine dacă adoptă un comportament neprotocolar sau unul oficial.
- Răspunde solicitărilor telefonice în cel mult 24 de ore sau pune pe cineva să răspundă în locul lui.
- Răspunde la corespondenţa importantă în 4 zile, iar la cea lipsită de importanţă în 2 săptămâni.
- Acordă timp suficient personalului nou angajat şi îl ajută să se adapteze companiei.
- Nu se laudă şi-şi dezvăluie vastele cunoştinţe doar dacă prin asta aduce o contribuţie efectivă la discuţie.
- Nu pretinde a fi expert în ceea ce nu este.
- Furnizează tăieturi din ziar şi semnalează articole ce prezintă interes pentru colegii care s-ar bucura văzându-le şi ar profita citindu-le.
- Atrage atenţia la şedinţe asupra oamenilor din umbră care au muncit din greu pentru realizarea unui succes.
- Se asigură că în birou este o ambianţă plăcută în ceea ce priveşte iluminatul, comoditatea scaunelor şi în general calitatea condiţiilor de lucru.
- Luptă pentru beneficiile salariaţilor săi.
- Se abate din calea sa pentru a ajuta un coleg care a avut un necaz, sau care a avut de făcut faţă unei probleme serioase.
- Scrie personal scrisorile ca o reacţie imediată la anumite ştiri, fie că e vorba să felicite, să-şi manifeste compasiunea sau să acorde ajutor, să laude sau să mulţumească.
- Restituie întotdeauna, cu promptitudine şi în bune condiţii, ceea ce a împrumutat.
- Nu repetă niciodată un zvon care ar dăuna reputaţiei cuiva.
- Lasă pe alţii să semnaleze realizările lui, fiind conştient că „lauda de sine este nefolositoare, în timp ce aceea venită de pe buzele altora este aur".
- Manifestă compasiune faţă de întâmplările nefericite din viaţa unui salariat.
- Corectează pe cel ce face o declaraţie incorectă în faţa unui grup, fie pe loc, degajat, în mod firesc, sau mai târziu, în particular.

- Renunţă la problemele personale pentru a fi amabil cu noii veniţi sau cu cei răzleţiţi de grup.
- Ştie să se îmbrace în cadrul serviciului şi în afară şi are un simţ deosebit al afacerilor.
- Răspunde cu promptitudine la orice invitaţie, fie în scris, fie telefonic.
- Dacă nu poate participa la un eveniment, la care acceptase o invitaţie, telefonează imediat ca să-şi ceară scuze.
- Nu vorbeşte despre invitaţii în faţa celor care nu au fost invitaţi.
- Nu aduce niciodată un invitat la o petrecere fără să fi cerut mai înainte permisiunea să facă aceasta.
- Este o gazdă bună, preocupată întotdeauna ca invitaţii să se simtă bine.
- Este un oaspete politicos, gata oricând să-şi ajute gazda şi să contribuie la succesul întâlnirii.
- Când e cazul, e deferent în situaţiile create în birou.
- Ştie să prezinte oamenii în aşa fel încât să-i facă să se simtă bine.
- Ştie să facă complimente şi să le accepte cu condescendenţă.
- Este punctual şi, dacă întârzie, îşi informează întotdeauna gazda din timp.
- Confirmă în scris orice articol sau dar ce i-a fost trimis.
- Achită nota de plată la bar sau la restaurant când e rândul lui.
- Îşi dă seama că cea mai rapidă cale spre eşec este să se înghesuie şi să se impună pentru a fi invitat la întâlnirile de afaceri sau pentru a câştiga bunăvoinţa oamenilor cu funcţii importante.

Când eşti nou venit

Când intri într-o companie, fie ca angajat, pentru prima oară, într-un post de conducere, fie prin transfer de la altă companie, trebuie să ai în vedere că vei fi obiectul curiozităţii şi probabil şi al suspiciunii. S-ar putea să fii chiar urît de unii care credeau că vor putea obţine ei poziţia ce ai fost sprijinit să o obţii.

Nu uita, timpul vindecă şi rezolvă totul. N-are importanţă cât de rece este atmosfera când îţi iei slujba în primire. Ceea ce contează este să ai răbdare până stabileşti relaţii personale bune, să acţionezi cu tact şi grijă - fără grosolănie. Iată câteva indicaţii în legătură cu modul în care trebuie să procedezi.

- *Ascultă şi învaţă, mai bine decât să vorbeşti într-una*. Să nu crezi că trebuie să te justifici în faţa tuturor. Consumă-ţi energia observând şi punând întrebări inteligente, decât să cauţi să-i convingi pe ceilalţi că ştii multe şi că eşti important.
- *Fii drăguţ, în mod egal, cu toată lumea.* Curierul se poate dovedi într-o bună zi a-ţi fi cel mai bun prieten, putându-ţi servi şi ca martor în tribunal. Cel de la protocol îţi poate da într-o zi cea mai importantă informaţie din viaţă. Un tânăr din administraţie, pe care nu-l crezi foarte important, care se află în biroul învecinat, ţi-ar putea deveni într-o bună zi şef.
- *Nu te pripi să faci aprecieri* despre cine-i drăguţ, cine-i important, cine-ţi va fi prieten. Pe parcurs, poţi să-ţi schimbi părerea despre mulţi din birou, aşa că nu este inteligent să-ţi faci o părere despre cineva înainte de a-l cunoaşte bine şi de a-l vedea acţionând. Nu asculta bârfele despre cine cu cine e cuplat, cine va fi concediat, cine înşeală etc. Încearcă să-ţi păstrezi mintea clară şi să judeci mai târziu.
- *Invită-ţi colegii la masă, unul câte unul* (o dată pe săptămână, de exemplu). Caută să-i cunoşti neoficial. Va fi o investiţie bună. Pretextează: „Zău că am nevoie de ajutorul tău ca să ştiu cum funcţionează compania". Dacă-ţi

convingi colegii că ai nevoie de ajutorul lor, că ştii mai puţin decât ei şi că ai nevoie să ştii mai multe pentru a te integra în echipă, vei vedea că te vor ajuta. Nu se vor supăra că le ceri informaţii. Nu trebuie să fii arogant, ci modest.

- *Nu pune întrebări cu caracter personal despre alţii din birou.* Dacă încerci să afli bârfele, curând te vei bucura de reputaţia pe care nu ţi-o doreşti. Vei fi considerat ca făcând tu însuţi parte din tagma bârfitorilor, ca o persoană în care nu poţi avea încredere.
- *Poartă-te bine cu personalul de la secretariat şi cu cel funcţionăresc.* Dacă îi tratezi cu consideraţie şi prietenie, ei vor fi oricând gata să te ajute. Nu le cere lucruri fără bază reală, nu insista prea mult asupra greşelilor funcţionarilor; nu le cere termene de predare imposibile. Mulţumeşte-le întotdeauna pentru orice serviciu făcut, răsplăteşte-i cu laude generoase când fac o treabă bună. Fă-ţi-i prieteni.

Dacă ai în subordine oameni care sunt mult mai în vârstă decât tine

(vezi şi capitolul 2 : O şefă tânără şi noii săi subordonaţi)

Situaţia unui director tânăr, care are în subordine una sau mai multe persoane din conducere care sunt mai în vârstă decât el sau ea, cere tact şi înţelegere. De multe ori treaba merge minunat. Noul tânăr conducător trebuie să aibă o discuţie în particular cu fiecare director mai în vârstă din subordine declarându-i:

- „Ştiu că nu-i uşor pentru dumneata pentru că eu sunt mult mai tânăr".
- „Ştiu că eşti un lucrător foarte bun şi eficient. Am răsfoit dosarul dumitale şi am fost impresionat de experienţa şi realizările pe care le ai. Aş fi fericit să beneficiez de această experienţă. Experienţa mea personală va fi completată cu a dumitale".
- „Sunt bine pregătit pentru a conduce acest compartiment (secţie, grup) şi, dacă mă voi bucura de cooperarea tuturor de aici, vom putea întrece orice alt compartiment din această companie şi vom beneficia cu toţii. Ştiu ce am de făcut".
- „Nu cred că e cazul să mai insist asupra diferenţei de vârstă dintre mine şi membrii mai vârstnici din această echipă. Sper că sunteţi de acord?"

A reacţiona sau a nu reacţiona împotriva unei comportări care dăunează companiei

Dacă dai de urma cuiva din departament care fură din fondurile companiei, raportează fals sau comite orice fel de crimă împotriva companiei sau a oamenilor ei (aceasta incluzând şi hărţuirea sexuală), este de datoria ta să nu laşi neobservat acest lucru.

Primul pas: Vorbeşte cu persoana în particular. Spune-i că ţi-ai dat seama de activitatea ei dăunătoare, că n-o dai încă în vileag, dar îi dai un avertisment.

Al doilea pas: Dacă nu încetează comportarea ilegală, invită doi sau trei colegi la o discuţie, să hotărască ce atitudine trebuie adoptată. Cea mai bună procedură este să fie chemată persoana, să-i aduceţi la cunoştinţă că ştiţi că şi-a continuat activitatea ilegală şi să-i administraţi un ultim avertisment.

Al treila pas: Dacă nu încetează, o aduceţi în faţa unui tribunal ad-hoc, ca să mărturisească. Aduceţi-o în faţa unui comitet format din superiorii din conducere. Tragerea la răspundere de către o persoană nu-i tot atât de eficace precum e tragerea la răspundere de către un grup. (Dacă făptaşul este conducătorul companiei, comitetul trebuie să contacteze un superior, din exterior, din corpul directorilor şi să-l informeze.)

Unul din motivele pentru care problemele de etică au decăzut atât de rapid în lumea afacerilor se datorează fricii noastre de a băga pe cineva în bucluc - sau poate că lenei şi încercării de a ocoli inevitabila tevatură care se iscă. Îngăduirea continuării unui comportament individual, dăunător intereselor companiei, este o crimă în sine. Lucrul cel mai indicat este să-i dai făptaşului un avertisment clar şi, dacă el continuă, să-l tragi la răspundere, la nivelul superior.

Cineva care fură compania sau îi produce daune în orice alt mod prejudiciază viitorul slujbei tuturor celor din companie, ca şi banii investiţi de fiecare precum şi ai fiecărui acţionar în parte.

Protejarea drepturilor şi investiţiilor fiecăruia este o responsabilitate de bază.

Insulte, critici nejuste şi atacuri directe

Dacă eşti un director eficient, accepţi critica pentru erorile făcute sau lipsurile pe care le ai în muncă, îţi vei însuşi mustrarea şi vei promite că vei face mai bine pe viitor. Totuşi, dacă eşti criticat pe nedrept în faţa unui grup sau atacat de cineva în faţa superiorului tău, trebuie să reacţionezi, nu să te lepezi ca de ceva la care nu merită să răspunzi. Uneori există o strânsă legătură între a te ridica deasupra criticii negative şi laşitate pur şi simplu. Autoapărarea la locul de muncă este o artă, pentru că ea implică înţelegerea momentului şi nuanţele expunerii.

Când eşti atacat pe nedrept, primul lucru pe care trebuie să-l faci este să-ţi impui să-ţi păstrezi calmul. Să-ţi muşti limba, dacă trebuie, ca să-ţi aminteşti că nu e bine să izbucneşti spunând vorbe pline de iritare, care să dovedească faptul că ţi-ai ieşit din fire. Acordă-ţi timp de gândire pentru ceea ce vei spune. Coboară în mod deliberat glasul şi vorbeşte pe un ton scăzut, calm. Toţi ochii vor fi pe tine. Stăpânirea ta le va impune celorlalţi respect. Le vei atrage atenţia, pentru că toţi vor aştepta să te enervezi.

Ai vrea să reacţionezi aşa:

„Nu-i adevărat! Eşti un idiot sinistru dacă zici aşa ceva. Eşti un nebun blestemat. Nu ştii nimic în problema respectivă şi acum ai neruşinarea să mă critici pe mine într-o problemă în care eu ştiu totul, iar tu nu ştii nimic!"

În schimb vei reacţiona aşa:

„Vorbeşti despre proiectul meu ca unul care ar avea aceeaşi experienţă ca mine, care l-am studiat îndelung şi am avut acces la datele cercetării. Deşi nu e cazul, aş vrea să le explic celorlalţi, care tocmai te-au auzit, pentru ce am dreptate. Ascultă mai întâi şi după aceea vei avea dreptul să critici, dar nu înainte".

Dacă eşti criticat pe nedrept în faţa superiorului tău, să nu încerci să te aperi de faţă cu cel care te acuză şi poate şi cu alţii, pentru că te va pune într-o situaţie dezavantajoasă. Spune-i doar atât şefului tău: „Jack, evident că nu voi lăsa această acuzaţie fără răspuns. Merită unul dur şi eu îl am. Te voi căuta în birou după terminarea şedinţei, dacă nu te superi". (Atunci acuzatorul tău va fi net dezavantajat.)

Puneri la punct în societate

Este foarte important să-ţi păstrezi sângele rece când eşti pe nedrept atacat la o întrunire de afaceri sau într-un grup care include oameni din afara companiei. Tot stăpânirea de sine este cheia succesului în atenuarea unei situaţii neplăcute. La atacul verbal reacţionează cu ceva de genul:

„Nu cred că a fost de vreun ajutor remarca pe care ai făcut-o" sau

„Această remarcă nu ajută acestei discuţii" sau

„Nu cred că este locul potrivit pentru o remarcă nejustă ca aceasta".

Foloseşte tonul unei persoane cu responsabilitate. Nu încerca niciodată să obţii cu forţa vreo scuză de la cineva, pentru că aceasta îţi va atrage ostilitatea oponentului. (Fii fericit dacă vei primi *vreodată* vreo scuză, chiar şi câţiva ani mai târziu!)

Dacă adversarul continuă să bată apa-n piuă împotriva ta, întrerupe-l spunându-i: „Uite ce, presupune că am fost invitaţi să ne distrăm. Cred că spre binele gazdei şi al celorlalţi ar trebui să continuăm această discuţie mâine, *la birou*". Apoi treci la dezbaterea altui subiect, cu cei din jur, contribuind astfel la destinderea atmosferei. Într-un duel verbal ca acesta spectatorii inocenţi devin, deseori, la fel de intimidaţi ca şi protagoniştii.

Dacă persoana care a făcut remarca negativă despre tine este în stare de ebrietate, poţi spune ceva de genul: „Evident că nu iau în seamă ceea ce ai spus". Această replică îl poate înfuria pe celălalt, dar îţi dă posibilitatea să ignori orice viitor abuz din partea lui. Dacă îşi continuă totuşi tirada, evident spre jena celorlalţi, este de datoria gazdei să facă în aşa fel ca oaspetele ostil să fie înlăturat. Dacă gazda nu este prin apropiere, atunci e de datoria unui musafir prevenitor, prezent, să se ducă şi să o găsească, să-i explice ce s-a întâmplat şi să-i sugereze ce acţiune trebuie întreprinsă. (Într-o asemenea situaţie este rolul gazdei şi nu al invitaţilor să facă ceva ca să înlăture persoana care şi-a pierdut controlul.)

Adeseori, când oamenii sunt sub influenţa alcoolului sau a altor droguri, aflându-se în societate, fiind necomplexaţi, îşi exagerează sentimentele de ostilitate împotriva colegilor şi remarcile lor ar trebui considerate prin prisma stării respective. Totuşi, dacă cineva continuă să te atace - fie că o face în faţa sau în spatele tău, în cadrul sau în afara locului de muncă -, ar trebui să nu te complaci în situaţia de victimă. Dacă atitudinea se întâmplă să fie la birou, trebuie să relatezi situaţia superiorului tău. Dacă are loc la o petrecere, nu rămâne decât speranţa că gazda îl va potoli sau îl va înlătura pe turbulent. Dacă gazda nu acţionează va trebui să părăseşti petrecerea. Confruntarea directă nu poate decât să te plaseze într-o situaţie defavorabilă.

Când altcineva este pe nedrept jignit în prezenţa ta

Dacă auzi că un coleg a fost criticat pe nedrept - chiar şi la un cocteil unde se pălăvrăgeşte - trebuie să intervii. Apără victima cu calm, nu cu agresivitate: „Nu cred că este cinstit. Îl cunosc bine şi lucrez cu el în fiecare zi. Eu nu îl văd aşa", sau „ Nu cred că-l cunoşti cu adevărat ", sau „De ce nu-i aduci aceste acuzaţii în faţă, în loc să-l ataci pe la spate?".

Când cineva face o remarcă răutăcioasă şi caraghioasă la adresa unui coleg, nu te alătura celor care râd de el. Ceilalţi, care te ştiu prietenul lui, îţi vor urmări şi îţi vor judeca reacţiile; dacă râzi înseamnă că aprobi remarcile făcute. Dacă remarcile negative continuă după ce l-ai apărat, părăseşte grupul, fără să faci o dramă din asta. Pleci, pur şi simplu, spunând: „La revedere, ne vedem mai târziu". Plecând liniştit, vei transmite un mesaj puternic grupului a cărui comportare ai considerat-o nerezonabilă, meschină şi necinstită.

Îi vei spune colegului ce s-a întâmplat la petrecere? Nu este necesar. Aceasta ar putea să-l îngrijoreze mai mult decât ar fi cazul. Este posibil să fi fost un episod izolat, provocat de gelozia stârnită de succesul evident sau de vreo reuşită. (Deseori aceste episoade apar după ce un director a făcut un salt brusc în cariera lui sau a avut o reuşită.)

Când cineva are o deprindere care irită

Dacă un coleg are o deprindere care irită, care îi calcă pe nervi pe ceilalţi, sau dacă a făcut ceva greşit sau rău fără să-şi dea seama, bunătatea şi prietenia te vor împinge să-l informezi. Ar trebui să o faci într-un mod care să-l ajute să iasă din situaţie şi nu ca o critică.

Deprinderile care ar putea eventual să-i irite pe ceilalţi sunt:

- să întrerupă tot timpul discuţia celuilalt;
- să-şi exagereze aptitudinile proprii;
- să se laude cu contactele sociale excelente pe care le are;
- să vorbească despre legăturile strânse pe care le are cu şefii;
- să se bucure de credit pentru ceva nemeritat;
- să refuze să fie serios într-o problemă foarte serioasă.

Când este datoria ta să critici şi să evaluezi

Orice director care munceşte cu subordonaţii lui trebuie să le facă celor din subordine o critică constructivă şi să-i sfătuiască, uneori, în îndeplinirea funcţiei lor. Deseori, aceasta ia forma unui „control" anual. Cadrul de conducere ales să realizeze controlul trebuie să ducă la bun sfârşit această sarcină neplăcută, în mod eficient şi cu fineţe. Aceasta înseamnă că:

- trebuie ca toţi să fie judecaţi după aceleaşi principii, fără favorizări;
- să fie menţionate, la începutul şi la sfârşitul discuţiei, realizările şi contribuţiile bune ale unei persoane;
- aspectele negative să-i fie spuse foarte rar şi în mod clar, persoanei care este verificată ca să nu existe dubii că aceasta înţelege perfect la ce se referă;
- verificatorul trebuie să îi acorde celui verificat timpul necesar pentru a putea să protesteze sau să explice, să se scuze sau să-şi analizeze comportamentul;
- verificatorul trebuie să îl facă pe cel verificat să înţeleagă ce trebuie să întreprindă pentru a-şi îmbunătăţi performanţa. Cu alte cuvinte, nu critici pe cineva fără a sugera modalităţile prin care să-şi corecteze greşelile;
- discuţia se va desfăşura în momentul şi la locul potrivit unei discuţii liniştite. Nimic nu trebuie să fie făcut prin constrângere sau în grabă;
- dacă eşti îndeajuns de norocos să ai de-a face cu un membru din personal care te apreciază absolut pozitiv, nu te grăbi, savurează plăcerea verificării fiindcă aşa ceva se întâmplă destul de rar.

Când cel controlat eşti tu

- *Fii pregătit* când mergi la un prânz sau la o întâlnire în cadrul căreia eşti verificat. Ia cu tine însemnările referitoare la realizările tale, lucrurile de care

eşti mândru. Să ai, de asemenea, la tine şi însemnările privitoare la domeniile în care nu ai dat tot ce poţi, astfel încât să fii receptiv la o posibilă critică.

- *Fii entuziasmat de aptitudinea ta de a corecta tot ce nu a constituit o realizare* în activitatea desfăşurată în perioada anterioară verificării.
- *Ascultă cealaltă persoană până la capăt.* Dacă spune ceva cu care nu eşti de acord sau consideri că nu e just, nu-l întrerupe pe cel care vorbeşte pentru a protesta. Lasă-l să termine, notează-ţi pe hârtie - doar un cuvânt - în timp ce el vorbeşte, ca să-ţi reaminteşti cum să răspunzi la expunerea lui când este rândul tău să vorbeşti.
- *Să nu te comporţi ca un paranoic.* Multe persoane din conducere fac greşeala de a da vina, pentru greşelile lor, pe oricine altcineva, în afară de ei. Îţi trebuie curaj să spui: „Da, într-adevăr, asta am făcut-o prost", dar acest lucru sună şi mai sincer când adaugi „Nu se va mai întâmpla niciodată" sau „Am să remediez acest lucru imediat".
- *Nu te scuza pentru ceva care a mers prost* decât dacă e îndreptăţit să o faci.
- *Sfârşeşte conversaţia într-o notă foarte pozitivă.* Fă ca cealaltă persoană să înţeleagă clar că:
  Accepţi critica.
  O înţelegi corect.
  O să-ţi corectezi greşelile în viitor.
  Apreciezi modul delicat în care ai fost verificat.

Când trebuie să concediezi pe cineva

(*vezi şi capitolul 3* - „Scrisori de referinţă şi recomandare" - partea personală din scrisorile de afaceri)

Una dintre cele mai grele sarcini din lumea afacerilor este de a aduce la cunoştinţă cuiva că el sau ea este concediat sau „dat afară". Nu pune pe altcineva din rândul personalului să facă această muncă neplăcută, chiar dacă este vorba de un secretar sau vicepreşedinte al sectorului. Pentru propriii tăi oameni trebuie să o faci tu. Este adevărat că, dacă persoana îţi este un bun prieten sau are grave probleme financiare, îţi va fi foarte greu. A concedia pe cineva este un lucru foarte dificil şi neplăcut, chiar dacă persoana este incompetentă. Într-un anumit fel te simţi răspunzător ca şi cum i-ai distruge viaţa.

Când cineva a comis un furt, bineînţeles că nu trebuie să-ţi pierzi timpul cu amabilităţi. În cazul când cineva nu a fost capabil să-şi facă munca bine, chiar şi după un avertisment clar, atunci trebuie să-i vorbeşti cu blândeţe, constructiv, în aşa fel încât să-i dai o speranţă. De exemplu: „Nu ai reuşit aici, dar vei învăţa foarte multe din această experienţă şi vei şti cum să faci o treabă mai bună data viitoare. Aminteşte-ţi motivul pentru care te las să pleci (şi enumeri din nou motivele). În viitoarea ta slujbă vei avea posibilitatea să le corectezi pe toate. Sunt sigur că vei reuşi. Trebuie să-ţi direcţionezi energia într-un mod constructiv etc.".

Pentru o persoană care a fost concediată din alte motive decât competenţă, cheia succesului acestei acţiuni în ceea ce o priveşte pe „victimă" constă în faptul ca *tu să fii plin de compasiune, înţelegere şi bine pregătit* pentru o asemenea situaţie. Dacă îl concediezi pentru probleme economice, dă-i câteva cifre care să-i demonstreze că nu defectele lui, ci cauzele economice au determinat acest final. Încearcă orice posibili-

tate de a-i veni în ajutor când primeşte ştirea. Caută să eviţi orice pre-zenţă străină posibilă când primeşte o asemenea veste. Spune-i vestea proastă în particular, chiar de la începutul discuţiei, nu încerca să ocoleşti subiectul şi să flecăreşti. Să ai la îndemână o listă cu ceea ce poate face compania pentru el şi ceea ce poţi face tu personal (în cazul în care este vorba de un bun prieten), astfel încât să plece din biroul tău ştiind că se întreprind diligenţe pentru o altă angajare a sa.

Compania, de exemplu, poate asigura pentru o persoană din cadrul executivului următoarele:

- o plată constantă satisfăcătoare;
- serviciul unui plasament în afară, într-un loc sigur, care să-l ajute să-şi realizeze o altă poziţie;
- folosirea unui birou pentru o perioadă de timp cuprinsă între una până la patru luni (bineînţeles, în funcţie de poziţia şi de durata serviciului din cadrul companiei);
- o scrisoare din partea Consiliului de administraţie al companiei, la dosarul lui, care să ateste motivele economice pentru care a fost concediat, recomandându-l.

Datoria ta va consta în:

- să promiţi că dai telefoane colegilor din diferite firme ca să vezi dacă există vreun loc corespunzător poziţiei sale;
- să-i dai scrisori către bunii tăi prieteni din alte oraşe, cerându-le sprijinul în scopul urmărit, în cazul în care persoana concediată vrea să se mute din oraş.

Dacă persoana este cineva pe care n-ai fi vrut să-l laşi să plece, adu-i aminte că „nu este sfârşitul lumii". Ajută-l să vadă că acest lucru ar putea însemna deschiderea unor noi uşi, urmarea altor căi, experienţa unei noi încercări - poate va fi chiar mai fericit ajungând la altă poziţie socială. Dacă această concediere apare în timpul unei crize economice, asigură-l: „Dacă cineva poate să ajungă la o poziţie socială bună, *numai tu eşti acela.* Nu te descuraja! Ai atâtea resurse! Ai energie şi putere de luptă. Vei găsi ceva bun!". Fă-l să-şi recapete încrederea în sine, aminteşte-i de experienţa şi calificarea de care dispune. Spune-i: „Te vom ajuta!" şi ţine-te de cuvânt.

Dacă persoana pe care o concediezi este înaintată în vârstă, dublează-ţi eforturile în a încerca să vezi dacă-i poţi găsi o altă slujbă. Încearcă să aranjezi o întrevedere de consultare cu conducerea companiei, încât să se bucure de un venit pe timpul căutării; foloseşte-te de calităţile lui în acest timp. Pune-l să facă muncă de cercetare, să scrie, să citească, astfel încât să nu fie doborît de deprimare.

Păstrează legătura, ca un prieten. Interesează-te de progresele pe care le-a făcut în munca de cercetare. Furnizează-i materialul publicistic de care dispui, astfel încât să nu piardă legătura cu domeniul, ramura sau profesia.

Când cel concediat eşti tu

În cazul în care tu eşti concediat, îi vei avea pe toţi colegii de partea ta dovedind că-ţi concentrezi toată energia pentru găsirea unei slujbe noi, fără să te lamentezi şi să te plângi de ceea ce ţi s-a întâmplat, cu alte cuvinte, fără să-i plictiseşti povestindu-le tuturor ce „lucru neplăcut" ţi-a făcut compania. Dacă discuţi despre demersurile pe care le faci ca să-ţi găseşti o altă poziţie şi le ceri colegilor în mod discret informaţii, ei te vor considera nobil şi vor învinovăţi compania. Nu te face obiectul bârfei de birou, fiind ursuz şi respingător de câte ori eşti văzut pe holuri în perioada de interimat, când mai frecventezi biroul pus la dispoziţie gratis. Dă

impresia că te străduieşti să cauţi, că vei găsi ceva chiar mai bun decât ceea ce ai avut la companie şi că vei aprecia orice informaţie pe care ţi-o poate da cineva.

O persoană inteligentă, din conducere, nu încearcă să atragă de partea ei forţele loiale vorbind despre nedreptatea pe care a suferit-o. Chiar dacă a fost concediat din motive financiare sau din alte motive, nu îngăduie ca directorul şi angajaţii să-şi piardă timpul lor preţios cu compătimiri şi bârfe privind persoana sa.

O persoană inteligentă de conducere nu încearcă să dea „informaţii" despre înlocuirea sa sau să critice hotărîrea companiei. Persoana din conducere care a fost concediată trebuie să fie respectuoasă, mai ales când compania îi asigură un birou gratuit şi probabil sfaturi privind găsirea unei alte slujbe.

Trebuie să se comporte cu demnitate şi să pună cât se poate de repede premisele unei noi vieţi. Prezenţa lui aduce aminte de un eşec - ori al lui, ori al companiei - şi cu cât pleacă mai repede, cu atât va fi mai bine. Ar trebui, cu alte cuvinte, să se împace cu situaţia.

SENSIBILITATEA ŞI ÎNŢELEGEREA SOCIALĂ

Prima parte a acestui capitol s-a ocupat de importanţa unui climat de amabilitate şi consideraţie care trebuie să existe în cadrul biroului şi înţelegerea faţă de sentimentele şi emoţiile celorlalţi. Ceea ce urmează este legat de aceasta, dar are în vedere şi situaţii sociale: tot ce este legat de prezentarea unui străin în cadrul unui grup, să ştii când şi cum să-i vorbeşti şefului dacă sunteţi împreună într-o călătorie etc. Cu alte cuvinte, următoarele câteva pagini vor prezenta modul în care trebuie să acţionezi în circumstanţe care pot părea familiare sau care se desfăşoară pe un teritoriu neexplorat. Orice persoană din corpul executiv ar trebui să-şi dorească să aibă reputaţia că posedă o bună „înţelegere socială". Ceea ce este acelaşi lucru cu sensibilitatea socială.

Când faci pe cineva să aştepte

Deseori o persoană din conducere este nevoită să facă pe cineva, cu care are o întâlnire, să aştepte, fie pentru că persoana din conducere este neorganizată, fie pentru că a avut o serie de urgenţe cărora a trebuit să le facă faţă. În orice caz, este uşor de înţeles că nimănui nu îi face plăcere să aştepte când are fixată o întâlnire.

Vizitatorii

Când eşti nevoit să laşi o persoană din conducere cu care ai întâlnire să aştepte, ieşi afară din birou şi salută-l, cere-ţi scuze şi explică-i pentru ce întârzii. Oferă-i o cafea, un pahar cu apă sau sifon. Dă-i un material interesant să citească şi pune-i la dispoziţie telefonul dacă are nevoie. Dacă nu poţi să ieşi afară să vorbeşti cu el, pune-ţi secretara sau pe cel însărcinat cu protocolul să te informeze ca vizitatorul să ştie măcar că ai fost anunţat de sosirea sa. Dacă vizitatorul simte că nu s-a stabilit nici un contact cu persoana pe care a venit să o vadă, va fi impacientat. El se va simţi manipulat de personalul de la secretariat.

Dacă tu şi personalul tău sunteţi într-adevăr îndatoritori şi împăciuitori când l-aţi lăsat să aştepte, iritarea vizitatorului va scădea în mod considerabil. Secretara ta ar trebui să fie instruită să te urmărească tot timpul, chiar dacă este vorba numai

de a-şi băga capul pe uşa biroului tău sau de-a fi cu ochii pe butonul telefonului şi a te scuza că ai o convorbire cu cineva de la mare distanţă.

Dacă laşi pe cineva să te aştepte mai mult de 30 de minute, explică persoanei situaţia (aceasta nu-i treaba secretarei), cere-ţi scuze şi dă-i vizitatorului posibilitatea să opteze între a aştepta sau a stabili o altă întrevedere, când îi convine lui.

Ai grijă ca locul de aşteptare să fie mobilat cu scaune confortabile, foarte bine iluminat, ca să se poată citi, şi să existe material care suscită interesul lecturii, incluzând bineînţeles şi un raport anual al companiei.

Colegii

Cu toate că în cursul unei zile de birou obişnuite, colegii se lasă adesea unii pe alţii să aştepte, un coleg merită aceeaşi curtoazie pe care o arăţi vizitatorului din afară. De exemplu, dacă cineva vine la biroul tău şi tu vorbeşti la telefon sau eşti adâncit în muncă, trebuie imediat să faci un semn din cap, sugerând că ai sesizat prezenţa lui şi să spui ceva de genul: „Îmi pare bine că te văd, voi discuta cu tine imediat". Fă-i semn să se aşeze pe un scaun lângă biroul tău sau pe o canapea, sau oriunde vrei să stea. După ce ai terminat ceea ce aveai de făcut, cere-i scuze, acordă-i toată atenţia şi nu lăsa pe nimeni să vă întrerupă conversaţia. (Bineînţeles, colegul ar trebui să se afle în biroul tău din motive de afaceri şi nu doar ca să-şi piardă timpul.)

Manifestarea stimei

Stima este definită ca o înaltă consideraţie şi respect faţă de un vârstnic sau un superior. În lumea afacerilor trebuie să stimăm şi pe cei din afară. Trebuie să învăţăm cum să facem aceasta de la începutul carierei şi să continuăm s-o practicăm până ajungem să meritătm noi înşine această stimă din partea altora!

A te ridica sau a sta jos

Când cineva (indiferent de sex) intră în birou, atât persoanele din conducere, cât şi orice alt angajat prezent acolo trebuie să se ridice în picioare şi să salute respectuos persoana respectivă. (Nu este vorba aici despre sosirea unui mesager care aduce un pachet sau a unui coleg care intră întâmplător în birou). Când soseşte un vizitator, oamenii companiei, prezenţi acolo, trebuie să se ridice ca un act de curtoazie pur şi simplu, astfel încât cel din afară să se simtă bine venit şi onorat. Când un superior sau un membru de vază al companiei, care face parte din conducere, intră în biroul unui director tânăr, cel din urmă trebuie să se ridice imediat, în semn de salut şi ca o confirmare a stimei pe care i-o poartă.

Dacă superiorul intră şi iese de mai multe ori în timpul unei zile din biroul tânărului director, iar directorul este foarte absorbit în munca sa la birou sau la terminalul computerului, nu trebuie să se ridice în picioare de fiecare dată. Totuşi, trebuie să se oprească din orice fel de lucru ar face, să se uite în sus, să dea de înţeles că a sesizat prezenţa superiorului, ca şi cum ar aştepta instrucţiunile.

Locul pe care te aşezi

Un director tânăr trebuie să înveţe când şi unde trebuie să se aşeze. O persoană tânără care vine, dând buzna într-o cameră şi se aşază pe un loc la alegere, atrage asupra lui privirea dezaprobatoare a superiorului din conducere. Există un protocol nescris despre unde şi când să se aşeze oamenii. Cei tineri nu trebuie să se aşeze înainte ca cei mai în vârstă să le indice unde pot lua loc sau înainte ca să se fi aşezat cei mai în vârstă.

Directorul mai tânăr trebuie să aştepte până când i se face semn să ia loc, indiferent dacă este într-un birou al direcţiei, la o şedinţă, într-o sală de conferinţe, la o masă într-un restaurant sau apropiindu-se de o limuzină care aşteaptă.

O dată ce persoana în vârstă face semn celui tânăr să se aşeze, acesta trebuie să se îndrepte imediat spre acel loc şi să spună „mulţumesc". Este penibil ca oamenii să stea în picioare într-o cameră (indiferent dacă este o sală de conferinţe sau un salon al directorului), întrebându-se unde să se aşeze. Cel care prezidează şedinţa, trebuie să indice locul exact al fiecăruia în jurul mesei la care se ţine conferinţa, iar gazda trebuie să indice locul pe care să se aşeze fiecare în salon.

Când oaspeţii sunt împreună pentru un cocteil sau o cină într-un spaţiu în care locurile pe care le poţi aşeza sunt joase şi este dificil să intri şi să ieşi către locul respectiv, gazda trebuie să se asigure că există scaune confortabile la îndemână. (Aceasta nu înseamnă stimă, ci delicateţe.)

Protocolul în lift

Toată lumea care se află lângă uşa unui lift aglomerat trebuie automat să iasă afară când se deschid uşile, chiar dacă destinaţia lor nu este la acel etaj. Cei din spate nu reuşesc să iasă cu uşurinţă dacă cei din faţă nu le creează suficient loc să se mişte. Dacă toată lumea coboară la acelaşi etaj, cei din faţă trebuie să iasă repede şi să se dea la o parte ca să le uşureze coborîrea celor din spate.

Pe vremuri era obiceiul ca „gentlemenii" să facă tot ce le stătea în putere pentru a le permite doamnelor din spate să iasă primele din lift, după care urma cel mai vechi în funcţie şi mai important. Astăzi, în unele locuri (de exemplu în casele şefilor de stat) se mai păstrează încă, în mod riguros, acest obicei protocolar.

Răposatul dramaturg şi prieten al multor oameni vestiţi, Marc Connelly, obişnuia să povestească o întâmplare din timpul vizitei sale la Stockholm, cu ocazia premierei piesei sale „Păşunile verzi". Era oaspetele de onoare al unei recepţii la ambasada Statelor Unite, ce preceda premiera, şi s-a aflat în lift cu prinţul William al Suediei care mergea tot la recepţia oferită de ministrul american, la el acasă. (În vremea aceea eram reprezentaţi de un ministru, nu de un ambasador, la Stockholm.) Când s-a oprit liftul, prinţul a insistat ca domnul Connelly să iasă primul. Connelly a refuzat spunând: „După dumneavoastră, majestatea voastră". „Nu, nu", a replicat prinţul William. „Din moment ce sunteţi un oaspete al ţării mele, trebuie să mă lăsaţi să fiu ospitalier."

Connelly nu putea să facă acest lucru, care ar fi reprezentat o negare a codului bunelor maniere cu care fusese învăţat. „Sire, spuse el, vă daţi seama că în acest moment ne aflăm pe teritoriul american şi că, în acord cu legea internaţională, dumneavoastră sunteţi acum oaspetele Statelor Unite?"

Prinţul a răspuns prompt. „Aici greşiţi, dragul meu prieten. Poate că tehnic este un pas înainte pe teritoriul Statelor Unite, dar în acest moment ne aflăm într-un lift suedez care suie deasupra pământului suedez".

Aşa încât au ieşit din lift împreună. Nici unul n-a fost nici primul nici ultimul, un compromis asemănător mesei rotunde folosită la conferinţele internaţionale, care nu are nici loc de frunte, nici loc la capătul mesei, astfel încât nici un reprezentant, al nici unui stat, să nu aibă impresia că ţara sa, sau el, au fost consideraţi mai prejos.

Din fericire, în locurile de muncă actuale, cine se află în spatele uşii liftului iese primul şi nimeni nu se dă la o parte sau nu se înghesuie în colţ ca să facă loc altei persoane să treacă.

Dacă din greşeală împingi pe cineva în lift, spui „îmi pare rău" sau „vă rog, scuzaţi-mă", repede şi convingător, încât să calmezi ostilitatea celeilalte persoane. După mine, cel mai mare necaz provocat protocolului în lift, după ofensa (considerată „federală") adusă de cel care fumează în lift, este cel provocat de o persoană care se uită insistent la mine. Încep să mă întreb dacă nu mi-a căzut rimel pe obraz sau dacă nu mi-a rămas un rest din puiul de la masă pe barbă. Liftul este mult prea strâmt ca să-ţi permită să te holbezi.

Cum să deschizi uşile

Bunicii noştri erau învăţaţi că doamnele trebuie să treacă, întotdeauna, primele pe uşă. În ziua de astăzi, la locul de muncă nu se mai petrece aşa. Bunul simţ şi eficienţa dictează ca primul care a ajuns la uşă, femeie sau bărbat, să o ţină deschisă până când intră toţi cei care vin din spate. Cu toate acestea, directorul tânăr trebuie să arate totuşi stimă celui mai în vârstă - încercând să ajungă mai repede la uşă, înaintea celorlalţi, şi să o ţină deschisă. Şi să facă acelaşi lucru şi pentru oamenii din afară, cu care trebuie să se comporte ca o gazdă, deschizând uşile pentru ei şi lăsându-i să treacă înainte.

Cât despre uşile batante, directorul care este gazda altora trebuie să ajungă mai repede la uşă, ca să fie primul acolo când vin şi ceilalţi, gata să-i îndrume spre locul indicat. Dacă un director ştie că o uşă batantă este prea grea, sau dificil de mişcat, trebuie să meargă înainte şi să o împingă cu putere ca să-i ajute pe cei ce vin din spate (chiar dacă gazda e femeie, trebuie să facă acelaşi lucru). Dacă vizitatorul este în vârstă sau handicapat în vreun fel, gazda trebuie să meargă încet, astfel încât să permită persoanei handicapate să vină cu uşurinţă şi fără grabă.

„Protocolul uşii" este pur şi simplu o problemă de prevedere şi de bun simţ.

Când un director tânăr şi un superior călătoresc împreună

Când un director tânăr călătoreşte cu un membru din cadrele de conducere superioare, trebuie să fie atent la detalii, dar fără a fi slugarnic. Trebuie să se ofere să aibă grijă de transport, de înregistrarea la hotel, de informaţii, limuzină etc., îngrijindu-se de toate aspectele mărunte ale călătoriei. Superiorul poate să aibă o muncă foarte importantă de făcut şi să dorească să nu fie deranjat. Dacă are timp să vorbească, bineînţeles că e o ocazie perfectă pentru persoana tânără ca să-l cunoască, să înveţe lucruri importante privind activitatea de conducere şi probabil să dea câteva date despre activitatea sa. Persoana tânără trebuie să fie foarte atentă înainte de a angaja o discuţie, să se asigure că şi superiorul doreşte să poarte o asemenea discuţie. Cu alte cuvinte, directorul tânăr trebuie să-l lase pe superior să conducă (vezi capitolul 3 - „Conversaţia dintre un director tânăr şi unul mai în vârstă").

În limuzină

Un director tânăr trebuie să aibă grijă ca, atunci când un grup intră în limuzină, să ocupe locuri confortabile. (Cel mai neconfortabil loc în limuzină este cel din mijlocul banchetei din spate.)

Locul de lângă şoferul limuzinei este foarte confortabil, singura dificultate fiind aceea că persoana care ocupă acest loc nu prea poate să participe la conversaţia care se face în spate. Acest dezavantaj devine deseori un avantaj, deoarece majoritatea şoferilor sunt adevărate izvoare de informaţii. Nu de puţine ori, un director tânăr poate învăţa mai multe despre companie şi viitoarele ei acţiuni de la şofer decât de la directorul fundaţiei pe care urmează să o viziteze.

Cineva cu picioare foarte lungi trebuie să fie aşezat pe strapontină, dacă aceasta există fiindcă, dacă ar fi aşezat în spate, picioarele lui i-ar incomoda pe cei care îi stau alături.

În maşina personală a unei persoane din conducere

Un director tânăr, care face o lungă călătorie cu şeful lui şi cu alte persoane, trebuie să întrebe: „unde aţi dori să mă aşez?", în loc să-şi aleagă el singur locul. Am asistat odată la o întâmplare când un tânăr director agresiv s-a aşezat pe locul din faţă, cel mai confortabil, lângă conducătorul companiei, care îşi conducea propria maşină, în timp ce preşedintele şi alte două persoane din conducere au fost nevoite să se înghesuie pe micul spaţiu al banchetei din spate. Când l-am întâlnit a doua zi pe conducătorul companiei la o fabrică de mobilă din Carolina de Nord şi l-am întrebat cum au fost cele trei ore de drum, el mi-a răspuns: „Bine, în orice caz am învăţat ceva despre tineret..., ceva ce nu ştiam înainte". Şi a continuat, înainte de a fi putut să-l întreb ceva: „Cel ce este destul de insensibil să-şi aleagă cel mai bun loc în maşină în timpul unei călătorii foarte lungi ori va ajunge preşedintele companiei, ori va fi concediat. Vă las pe dumneavoastră să ghiciţi în care din situaţie este!"

Arta de a face prezentările

Cel mai important lucru în legătură cu modul în care se fac prezentările este că trebuie să le faci chiar dacă uiţi numele, te zăpăceşti sau nu-ţi mai aduci aminte procedura corectă. A face prezentările este una din obligaţiile cele mai importante din lumea afacerilor şi, totuşi, foarte puţini oameni ştiu cum să o facă.

A face prezentările corect este numai o chestiune de logică pură:

- prezinţi unei persoane vârstnice pe cea tânără.
- prezinţi un membru al companiei tale unui membru al altei companii.
- prezinţi unei persoane oficiale pe una neoficială.
- prezinţi unui superior pe un director tânăr.
- prezinţi unui client sau unui cumpărător pe un angajat, când îl prezinţi dai şi lămuriri despre el. Exemplu:

„Domnule Cogswell, aş vrea să vă prezint pe fiica mea, Cynthia. Dumnealui este domnul Cogswell, preşedintele companiei noastre".

„Domnule şi doamnă Johnson, aş vrea să vă prezint o persoană din conducerea societăţii Standard Oil, Timothy Greet. Tim, dumnealor sunt domnul şi doamna Oleg Johnson, buni prieteni ai părinţilor mei."

Cum prezinţi o persoană străină grupului tău

Când cineva pe care-l cunoşti vine în grupul tău şi tu eşti, evident, singura persoană care îl cunoaşte pe noul venit, ar fi foarte nepoliticos să continui să discuţi fără să-l prezinţi şi celorlalţi. Este foarte greu pentru noul venit să stea în picioare acolo, simţindu-se un străin şi neavenit, întrebându-se cum să iasă din această situaţie. Trebuie să întrerupi conversaţia din grup pentru a-i ura bun venit respectivului.

„Frank, îmi pare bine că te văd! Aş vrea să-ţi prezint colegii mei de la societatea East-West - John Morton, Joan Corleone şi Ed Smith. Acesta este Frank Brissell, un vecin de-al nostru de la Winnetka, care lucrează la Putnam, Schroeder şi Baker.

Este foarte bine să dai grupului câteva informaţii despre persoana cu care le faci cunoştinţă. Aceasta va ajuta la continuarea conversaţiei începute. Un membru al grupului va menţiona un prieten care lucrează la aceeaşi firmă, altul va face o remarcă despre Winnetka, iar noul sosit se va simţi dintr-o dată bine.

Folosirea titlurilor în prezentări

Când faci prezentările între oameni de aceeaşi categorie, nu trebuie să foloseşti un titlu decât dacă prezinţi o persoană mai în vârstă, un profesionist sau pe cineva cu rang oficial. De exemplu: „Harry, mi-ar face plăcere să ţi-l prezint pe tânărul vicepreşedinte al companiei noastre, June Jordan... June, acesta este dr. Henry Pratt".

Trebuie luat în considerare faptul că atunci când prezinţi o văduvă este nevoie să-i dai ambele nume (şi cel al soţului decedat şi cel al soţului actual): "Doamnă Treadwell, îmi permiteţi să vi-l prezint pe fratele meu, Douglas Stewart. Doug, dumneaiei este Ann Treadwell. Răposatul ei soţ, Anthony, a fost un bun prieten al tatălui meu, iar dânsa este una din persoanele de vază ale comunităţii noastre".

Folosiţi titlul oficial al unei persoane când vă adresaţi acesteia sau când o prezentaţi altcuiva, chiar dacă nu mai ocupă poziţia socială pe care o avea cu puţin timp în urmă. De exemplu, un om care a fost primar trebuie prezentat cu formula „fostul primar Cantwell" sau doar „primarul Contwell". Un om care a fost ambasador trebuie prezentat ca „ambasadorul Smith". O femeie care a ieşit la pensie din forţele aeriene şi a fost colonel trebuie prezentată cu „colonel Schmidt".

Ce conţine un nume?

Concentrarea asupra numelor şi memorarea lor

Abilitatea de a-ţi aminti numele unor persoane cu care ai venit în contact este o calitate remarcabilă. Cheia pentru a-ţi aminti o mare parte din ele o constituie concentrarea, chiar dacă ţi le aminteşti numai pentru o scurtă durată de timp, cum ar fi timpul cât durează o petrecere sau o întâlnire de la sfârşitul săptămânii.

Când cunoşti o persoană, concentrează-te asupra numelui său atunci când este rostit. Repetă-l în minte în timp ce îl rosteşti cu glas tare. „Îmi pare bine să vă cunosc, domnule McChesney", trebuie să spui în timp ce-l repeţi în gând de două-trei ori şi să cauţi să faci o asociere cu o caracteristică personală a respectivului. Acesta poate avea un smoc de păr care stă ridicat pe cap (dl McChesney „cu un smoc pe vârful capului").

El poate avea ochi de o culoare neobişnuită (dl McChesney „cu ochi verzi de pisică"), sau umeri laţi (dl Chesney „cu umeri atletici") sau o linie deosebită a costumului (dl McChesney „cu costum deosebit"). Dar chiar cuvântul care reprezintă numele poate fi asociat cu persoana; concentrează-te asupra acestui lucru. De exemplu, dl Burns „păr roşu", dl Long „foarte înalt", dna McIntosh „care poartă macferlan" etc. Dacă vei reţine un detaliu ieşit din comun, acesta te va ajuta să-ţi aminteşti numele persoanei respective foarte uşor, cel puţin pentru o vreme.

Dacă nu înţelegi numele când îţi este prezentată persoana (şi mulţi din cei care fac prezentările sunt iremediabil inapţi să articuleze numele persoanelor pe care le prezintă), nu te jena să întrebi încă o dată numele respectiv: „Îmi pare rău. Nu am înţeles bine cum vă numiţi şi aş dori să ştiu". Persoana respectivă va fi flatată că te interesează îndeajuns încât să doreşti să-i cunoşti numele.

Dacă persoana îşi repetă numele şi tu tot nu l-ai înţeles, roag-o să ţi-l mai spună o dată; adresează-te de această dată cu o scuză: „Îmi pare rău, dar chiar n-am înţeles cum vă numiţi".

De data aceasta persoana îşi va pronunţa numele rar, astfel încât să fii capabil să-l înţelegi. Dacă repeţi cu glas tare, numele lui îţi va rămâne de această dată foarte bine întipărit în minte. Dacă numele lui este foarte complicat (ca Dobycsescowitz, de exemplu), cere-i cartea de vizită; şi dacă nu are una, roagă-l să-şi scrie numele pe blocnotesul tău. De data aceasta va fi sau foarte iritat sau foarte încântat de interesul ce i-l arăţi.

Cum să dai strălucire numelor şi titlurilor

Cu toţii uităm numele cunoscuţilor. Este o greşeală omenească, iar unii dintre noi - eu, de exemplu - suntem mult mai „umani" decât alţii. Am uitat numele colegei mele de cameră exact în momentul în care o prezentam cuiva. Am uitat numele soţiei şefului meu la propria mea petrecere. În zelul meu de a face prezentările, le-am făcut cunoştinţă soţilor cu propriile lor soţii. De asemenea, am prezentat o femeie şi un bărbat, într-o cameră plină de oaspeţi, ca fiind soţ şi soţie, în timp ce ei erau fiecare căsătoriţi cu alte persoane. Una dintre gafele mele memorabile a fost aceea când l-am prezentat pe bărbatul care o însoţea pe o prietenă ca fiind „dragul ei tată", bărbatul respectiv fiind soţul ei.

Timp de şapte ani, pe care mi i-am petrecut făcând prezentările între oficialităţi la ambasadele americane din Paris şi Roma, precum şi în cei trei ani pe care i-am petrecut la Casa Albă, am comis toate greşelile posibile, dar am supravieţuit. Oamenii m-au iertat. Ştiau că inima mea era alături de ei şi *că cel puţin îmi dădeam toată silinţa.*

Ceea ce îi irită mai mult pe oameni, după câte cred eu, este să fie ignoraţi. Dacă vor fi lăsaţi să se descurce singuri - atât la o întrunire de afaceri, cât şi la o petrecere -, nu se vor simţi bine. Orice gazdă, aparţinând unei corporaţii, fie la birou, fie acasă, trebuie să se străduiască să-i facă pe toţi să se simtă bine.

Dacă nu-ţi aminteşti un nume când faci prezentările, nu te gândi că este o problemă de nerezolvat. Admite lapsusul respectiv. Se poate întâmpla oricui. Nu este chiar atât de groaznic după cum ai putea crede în acel moment. Arată-te consternat spunând: „Cum am putut să fac una ca asta! Îţi cunosc numele de familie atât de bine!".

Soluţia cea mai simplă este să recunoşti că ai uitat, pentru moment, un nume. Există şi o altă alternativă, există soluţia să „vorbeşti repede şi poate că ceilalţi nu vor ghici adevărul". Dacă ai uitat numele persoanei care s-a alăturat grupului tău, începe să vorbeşti repede, într-o manieră plăcută, chiar puţin exagerată. Pentru că nu-ţi aminteşti numele lui, schiţează-i în câteva cuvinte personalitatea: „Ascultaţi, cel de faţă este

cineva pe care nu l-am văzut de foarte multă vreme, dar era un negustor atât de renumit încât se zvonise că ar fi vândut imobilul companiei propriului ei preşedinte!".

Dacă singurul lucru pe care ţi-l aminteşti despre o persoană este unde locuieşte, poţi, aproape întotdeauna, să inventezi pe loc o o istorioară care va face pe toată lumea să zâmbească. În curând ei îşi vor da mâna şi fiecare se va prezenta singur. Probabil că nimeni nu va realiza că nu ai menţionat nici măcar o dată numele noului venit. (Tehnica aceasta merge bine şi eu o practic destul de des.)

Oricum, cea mai bună politică a fost întotdeauna cinstea. Să recunoşti că nu-ţi aminteşti numele. În general, vei fi iertat. Prezintă-te repede.

Nu-i face pe oamenii care ţi-au uitat numele să sufere în timp ce încearcă s-o scoată la capăt. Dacă vorbeşti cu un prieten când o altă persoană vine în grupul vostru şi prietenul tău nu face nici o încercare să te prezinte noului venit, este posibil ca prietenul tău să-ţi fi uitat pentru moment numele sau pe al noului venit.

Salvează situaţia. Întinde mâna, spune-ţi numele şi cealaltă persoană îţi va înapoia salutul împreună cu propriul nume. Prietenul tău îţi va fi recunoscător!

Dacă eşti o femeie care şi-a păstrat numele de fată după căsătorie, asigură-te că cei care-l întâlnesc pe soţul tău nu-i vor atribui numele tău de familie. Cu mult timp în urmă, când mergeam la petreceri cu soţul meu, am învăţat să-l prezint oamenilor pe care nu-i întâlnise, pronunţându-i numele cu voce tare şi clar: „Acesta este soţul meu, Bob Hollensteiner". Nici el şi nici eu nu doream să-l strige cineva „domnule Baldrige". Este de datoria femeii în această situaţie să pună la punct lucrurile.

A te adresa cuiva pe numele mic

Dacă te gândeşti dacă ar trebui sau nu să foloseşti prenumele unei persoane când o saluţi, răspunsul este că nu ar trebui.

Familiaritatea dă naştere, într-adevăr, la dispreţ. Nimănui nu-i face plăcere să i se adreseze cineva folosind numele mic, când persoana respectivă nu are dreptul să facă acest lucru. În unele locuri din America - oraşe mici, comunităţi de fermieri şi zone rurale - toată lumea se adresează, automat, unul altuia cu numele mic. În oraşe mai mari şi adeseori în marile companii, oamenii sunt mai convenţionali. În orice comunitate, de orice dimensiune, există un moment potrivit şi unul nepotrivit pentru a te adresa persoanelor pe numele lor mic.

O persoană mai tânără ar trebui să aştepte ca o persoană mai în vârstă să o roage să i se adreseze cu prenumele. Un director tânăr ar trebui să aştepte ca superiorul să-l roage să i se adreseze cu numele mic. Este o chestiune de percepere a respectului.

Dacă un superior se adresează unui director tânăr folosind numele mic, asta nu înseamnă că tânărul ar putea să se adreseze imediat celui în vârstă cu prenumele, fără discriminare. De exemplu, dacă superiorul se apropie împreună cu un client de vază, mai în vârstă, este mult mai bine ca directorul tânăr să salute cu capul, să zâmbească şi să spună: „Bună dimineaţa, domnule Smith", în loc să strige: „Hei, Sam, cum îţi mai merge?".

Folosirea poreclei la locul de muncă

Într-o ambianţă conservatoare, ca aceea din lumea afacerilor, nu îşi are rost folosirea unei porecle care e nemăgulitoare şi cu o rezonanţă neplăcută sau comică.

Acest gen de lipsă de formalitate de a te adresa cuiva poate fi admis în biroul unui director artistic, dar nu în biroul vicepreşedintelui pentru finanţe al unei corporaţii. Pe de altă parte, o poreclă constituie deseori o insultă.

Unii oameni au ghinionul să crească împreună cu porecle lor din copilărie, adânc înrădăcinate - „Cotcodăcilă", „Buba", „Ardei", „Potaie", „Gaură", „Şpriţ" etc. Prietenilor care insistă în a se adresa unui conducător cu genul acesta de porecle ar trebui să li se spună amabil: „Uite ce este! Nimeni nu mă mai strigă aşa. Ţi-aş fi recunoscător dacă mi te-ai adresa folosindu-mi numele".

Toţi oamenii au dreptul ca ceilalţi să li se adreseze în birou în mod demn. Dacă porecla ta este o versiune plăcută, un diminutiv sau o prescurtare a numelui (ca de exemplu „Charlie", „Bob", „Dick" etc.) nu este nici o problemă. Dar dacă Charlie vrea să i se spună „Charles" la locul de muncă, tot ce trebuie să facă este să le reamintească colegilor să i se adreseze astfel. O dată ce adevăratul nume se fixează în minţile celorlalţi, el va rămâne pentru totdeauna „Charles".

Conducătorul unei companii de asigurări a scris recent un memoriu pe care l-a distribuit persoanelor din conducere, memoriu în care a dispus ca „la birou să fie folosite numele, nu porecle". El a adăugat: „se întâmplă să iubesc câinii, dar câinii, nu stăpânii lor, merită poreclе".

Cum îi saluţi pe alţii

Modul în care facem cunoştinţă cu ceilalţi oameni - cum reacţionezi cu vocea şi cu corpul - arată ce fel de persoană eşti. Dacă îţi manifeşti interesul atunci când faci cunoştinţă, dovedind bune maniere, ţi se va răspunde imediat în acelaşi fel. (Ţine minte, niciodată nu vei mai avea ocazia să produci ceea ce se numeşte prima impresie!)

Când cineva îţi este prezentat şi tu stai mai departe pe scaun, îi arăţi persoanei respective, chiar dacă nu este aşa, că nu doreşti să fii deranjat. Limbajul trupului tău demonstrează lipsa de interes.

Când eşti prezentat, este important să:

- te ridici în picioare;
- să faci un pas înainte şi să zâmbeşti sau măcar să ai o mină plăcută;
- să-ţi spui numele;
- să dai mâna cu persoana respectivă;
- să repeţi numele celeilalte persoane şi să spui ceva de genul „Încântat să vă cunosc, domnule Adams" (sau „Bill", după cum este cazul) sau „Îmi pare bine să vă cunosc, domnule Adams". Chiar şi „Bună, domnule Adams" ar fi de ajuns.

Îmbrăţişarea, sărutul sau mimatul lui în forma de salut

Noi americanii suntem persoanele cele mai expansive din lume. Dar când ne aflăm în străinătate sau când ne vizitează partenerii de afaceri străini, nu ar trebui să-i îmbrăţişăm călduros şi să-i strângem în braţe, cum se procedează în mod normal cu vechii prieteni pe care nu i-ai mai văzut de mult. Nu trebuie să fim excesiv de expansivi, nici măcar cu prietenii de afaceri din propria noastră ţară. Iată câteva sfaturi pe această temă:

- Colegii de afaceri care nu s-au văzut de mult timp, dar între care există o bună

relaţie, pot întotdeauna să-şi strângă călduros mâinile sau să-şi prindă partea de sus a braţului drept sau să se bată pe umăr cu mâna stângă care rămâne liberă. Aceasta este o semiîmbrăţişare, un gest normal la birou.

- A strânge mâna cuiva punând-o pe cea liberă deasupra mâinilor împreunate, este un alt semn de afecţiune care nu presupune o îmbrăţişare.
- Bărbaţii şi femeile din conducere nu ar trebui să se sărute în public. Un „sărut frăţesc în semn de salut" este adeseori interpretat greşit.
- Nimic nu este mai fals, după părerea mea, decât mania mimatului sărutului, care constă în încreţirea buzelor şi atingerea obrazului celeilalte persoane cu obrazul tău, apoi repetarea acestui gest, lipsit de sens, pentru celălălt obraz. O mulţime de asemenea gesturi pot fi văzute în aşa-numitul „strat superior" al societăţii, între două femei sau între o femeie şi un bărbat. Nu este un gest călduros, ci unul penibil şi artificial.

Strânsul mâinii

Poate fi un semn de inhibiţie, dar americanii obişnuiesc să-şi strângă mâna mai puţin frecvent decât oamenii din alte ţări. Este păcat, fiindcă este un contact important - o apropiere fizică - între două persoane. Mulţi oameni pot „aprecia" o altă persoană după cum dă mâna cu cineva. Când un om de afaceri dă mâna cu uşurinţă, des şi cu condescendenţă, el îi influenţează, de fapt, pe camarazii săi să procedeze la fel.

O strângere de mână corectă este aceea care:

- este făcută ferm, dar nu cu pârâituri de oase sau lipsită de energie
- durează trei sau patru secunde, nu mai mult, astfel încât celălalt să nu-şi simtă mână prinsă ca într-o menghină.

Situaţiile în care trebuie să dai mâna cu cineva sunt:

- când eşti prezentat cuiva şi când îţi iei rămas bun
- când cineva din afară intră în biroul tău
- când dai peste cineva cunoscut în afara biroului
- când intri într-o încăpere, eşti salutat de cunoscuţi şi ţi se face cunoştinţă cu persoanele prezente care nu fac parte din instituţie
- când părăseşti o adunare frecventată de oameni din afară

Dacă mâinile tale au tendinţa să fie umede, ţine minte să le ştergi tot timpul, în mod discret, cu batista. Dacă ai ţinut în mână o băutură foarte rece, strângerea de mână va fi rece şi udă şi deci, când cineva îţi va întinde mâna, şterge-ţi repede palma pe jachetă sau bluză şi scuză-te: „îmi pare rău că am mână umedă şi rece". Cu siguranţă că nu doreşti ca cineva care nu te cunoaşte încă să creadă că personalitatea ta, plină de cordialitate, s-ar potrivi cu mâna! (Bineînţeles că această problemă nu s-ar mai ridica dacă ai ţine paharul în mâna stângă.)

Când vizitezi biroul unei persoane din conducere

Persoanele din conducere trebuie să se comporte cu siguranţă de sine şi manierat chiar din momentul când trec pragul biroului pe care îl vizitează. Pentru a face o impresie bună:

- *soseşti la timp* - şi chiar puţin înainte dacă vrei să mergi şi la toaletă înainte de întâlnire;
- *îţi pronunţi numele clar*, ca şi pe cel al companiei şi al persoanei pe care ai venit s-o vezi: „Dick Friedman, preşedintele societăţii Avantage. Am întâlnire la ora două cu Sally Fay". Este inteligent să dai celui însărcinat cu protocolul cartea ta de vizită, astfel încât să-i fie uşor să se descurce cu numele tău şi al companiei;
- *aşteaptă să ţi se spună unde să-ţi atârni haina*, sau întreabă unde ai putea să o pui;
- *aşază-te şi aşteaptă în tăcere*. Nu se ştie niciodată cine urmează să treacă prin camera de protocol;
- *nu îl agasa pe cel de la protocol cu întrebări* („Când crezi că mă va putea primi dna Fay?");
- o dată intrat în biroul dnei Fay, *strânge-i mâna cu fermitate*, ocupă scaunul indicat de gazdă, pune geanta uşor pe podea lângă tine şi aşază-te comod, dar într-un mod atent. Reţine-te să fumezi sau să-ţi frământi mâinile;
- dacă se află acolo mai multe persoane, *dă mâna întâi cu cea mai în vârstă şi mai importantă din grup* (dacă ai fost invitat la şedinţă) *sau cu persoana cu care ai întâlnirea* (dacă eşti tu acela care a solicitat întrevederea), apoi continuă să dai mâna cu toţi ceilalţi;
- dacă tu ai convocat şedinţa, *începe cu trei-patru minute de glume şi apoi treci la afaceri*. Dacă tu ai fost cel chemat, discuţiile le va conduce gazda;
- *estimează cât timp ţi-a rezervat*. După ce îl saluţi, întreabă câte minute îţi poate acorda. Nu-l face să fie grosolan. (Numai astfel îi vei face o impresie bună.);
- *când este timpul să pleci, ridică-te, mulţumeşte gazdei, dă mâna cu ea şi ia-ţi „La revedere"*. Mulţumeşte secretarei şi celui care te-a întâmpinat şi te-a condus în drum spre ieşire.

Bunele maniere în sport

Din moment ce numeroase relaţii de afaceri sunt puse la punct în vestiar şi pe terenul de tenis, la golf şi în locuri de agrement, comportamentul în sport al unui cadru de conducere este de mare importanţă. Partenerii şi adversarii lui îl vor judeca după purtarea pe care o are în întrecerile sportive şi vor aprecia cam ce fel de persoană este în afaceri. În ochii multor oameni, spiritul de echipă, îndemânarea unei persoane în practicarea unui sport şi priceperea sa în afaceri sunt strâns legate. Agresivitatea, rapiditatea, asiduitatea şi fermitatea constituie avantaje atât în sport, cât şi în afaceri. În timp ce meschinăria, înşelăciunea şi grosolănia nu sunt avantajoase. *Sportivitatea este o parte esenţială a unei prezenţe remarcabile privind o persoană de conducere.*

Următoarele indicii ale etichetei exprimă un cod fundamental de comportament care merită toată atenţia:

- fii punctual şi nu deranja niciodată partida altcuiva;
- nu amâna o partidă în ultimul moment, decât dacă ai un motiv foarte serios pentru a o face;
- păstrează curăţenia;
- adu-ţi echipamentul şi hainele potrivite (o persoană care nu aduce niciodată o cutie nouă de mingi de tenis este ca o persoană care nu-şi achită nota de plată niciodată);

- fii cinstit în aprecierea valorii tale ca sportiv;
- zâmbeşte când pierzi (vei avea într-o bună zi un colţişor mai bun în rai)
- niciodată să nu-ţi cerţi partenerul sau să te plângi de modul în care el sau ea joacă;
- să nu te plângi nici de jocul adversarului;
- dacă eşti solid, nu folosi forţa pentru a câştiga puncte în faţa unui adversar mult mai firav;
- să cunoşti toate regulile jocului pe care îl joci;
- ai grijă de terenul pe care joci şi lasă-l imaculat, indiferent dacă este un teren cu zgură sau cu gazon;
- abţine-te cât mai mult de la un limbaj trivial sau de la accese de mânie
- când ai terminat jocul, dă mâna cu toată lumea, complimentează maniera lor de a juca şi mulţumeşte-le pentru faptul că te-au lăsat să li te alături.

Tehnologiile care ne devorează

Principala problemă a tehnologiei de azi este că aceasta ne controlează, în loc să o controlăm noi pe ea. Abia întorşi de la şcoală, copiii deschid televizorul, în loc să vorbească cu părinţii lor sau cu alt adult din casă. Chiar dacă "mami" este casnică, ea va mai mult decât bucuroasă să aibă un moment de linişte seara, când televizorul, jocurile pe calculator, videorecorderul sau alte aparate electronice îi vor captiva pe copii. Mama singură care lucrează este şi mai stresată de lupta zilnică cu slujba, copiii şi casa şi îi rămâne puţin timp pentru problemele sufleteşti, pentru a-i învăţa pe copii compasiunea, valorile autodisciplinei şi bunele maniere.

Rezultatul faptului că timp de mai multe decenii copiii noştri şi-au petrecut timpul liber în faţa televizorului şi acum în faţa calculatorului conectat pe Internet este că în momentul de faţă:

- Ne aflăm adesea în imposibilitatea de a şti când ceilalţi au nevoie de ajutorul nostru;
- Nu mai cunoaştem arta de a purta o conversaţi;
- Nu mai citim cărţi şi articole bune, de care avem nevoie pentru stimularea gândirii;
- Nu mai suntem în formă, copiii noştri mai ales, din lipsa exerciţiilor fizice;
- Suntem martorii unui declin al relaţiilor între părinţi şi copii. Cele două generaţii nu mai stau împreună la masă povestindu-şi, omeneşte, evenimentele zilei.

Un mod potrivit pentru remedierea acestei serioase probleme ar fi ca părinţii (inclusiv părinţii singuri) şi copiii să stea împreună la sfârşitul zilei şi să discute - fără a răspunde la telefon, fără computere, fără televizor sau video, fără telefoane celulare, calculatoare sau pagere. Liniştea s-ar putea să ne pară ciudată fără zgomotul electronic cu care ne-am obişnuit, dar vom începe să comunicăm.

O comunicare personală între doi oameni

Ar trebui să ne oprim şi să reflectăm la cel mai bun mod de comunicare cu cineva. Să spunem că afli că tatăl unui bun prieten cu care faci afaceri şi care locuieşte în alt oraş a murit. Ai mai multe posibilităţi:

- *Îi trimiţi un e-mail rapid*, cel mai uşor mijloc de comunicare. Am văzut unul

zilele trecute care spunea, fără nici un fel de formulă de salut: "Am aflat despre tatăl tău; îmi pare rău./s/George". Cel care a primit acest mesaj criptic de la George l-a citit pe ecranul computerului său şi nici măcar nu l-a tipărit. Nu era un lucru care să-i facă plăcere să îl arate cuiva de la birou sau de acasă.

- *Îţi trimiţi condoleanţele prin fax.* Din nou, este cel mai simplu lucru pe care îl poţi face. Nu există nici un pic de intimitate într-un fax; multe persoane din birou îl văd, este impersonal şi, sincer, atunci când o bucată de hârtie de fax nu tocmai curată iese din fax, mulţi oameni o citesc şi o aruncă cât mai repede posibil.
- *Îi dai un telefon.* Este un alt mod foarte uşor de a-ţi exprima condoleanţele - simplu pentru tine, dar probabil nu şi pentru el. Poate că primeşte numeroase telefoane, trăieşte o perioadă de maximă confuzie şi are de luat o mulţime de hotărîri în legătură cu funeraliile şi problemele de familie. Îi este greu să răspundă la telefon într-o asemenea perioadă, iar condoleanţele tale vor fi auzite, dar nu şi reţinute. Restul familiei nu le-a auzit. Dacă laşi mesajul persoanei care răspunde la telefon, prietenul tău probabil că va auzi numai: "John Smith a telefonat pentru a-şi prezenta condoleanţele.
- *Îi trimiţi o scrisoare.* Dacă vei găsi timpul şi dispoziţia de a scrie o scrisoare frumoasă, pe o hârtie potrivită (poate să fie şi bătută la maşină), mesajul tău va putea fi citit şi recitit, împărtăşit multor membri ai familiei decedatului şi poate păstrat alături de alte amintiri destinate generaţiilor viitoare. Aceasta este cel mai bun mod de comunicare interpersonală.

Când facem abuz de electronică

Ar trebui să fim mult mai atenţi cu aparatele electronice. Avem tendinţa de a fi necioplţi sau să de a-i ignora pe ceilalţi atunci când le folosim. Avem adesea tendinţa de a ne "da în spectacol" cu aceste aparate, folosindu-le în public, în aşa fel ca "restul lumii" să creadă că suntem oameni importanţi, care au reuşit în carieră şi în viaţă.

Telefonul din maşină

Atunci când văd pe cineva care vorbeşte în mod constant la telefonul celular în timp ce se află la volan şi care priveşte insistent la automobilul de alături, ca să se asigure că ocupanţii acestuia se uită la el, ştiu că este vorba despre o persoană nesigură, cineva care probabil nu vorbeşte decât cu soţia despre ce vor avea în seara aceea la cină. Este de altfel periculos să vorbeşti şi chiar să ţii în mână un telefon celular în timp ce te afli la volan. *Nu ar trebui să îi sunăm pe ceilalţi la telefonul din maşină, din motive de securitate*, şi ar trebui să facem acest lucru numai dacă este absolut necesar şi în orice caz va fi o convorbire telefonică scurtă.

Este de asemenea lipsit de maniere:

- *Să ţii ocupat faxul cuiva trimiţând scrisori lipsite de însemnătate*; în felul acesta persoana respectivă nu va putea primi mesajele importante.

- *Să trimiţi mesaje pe fax la miezul nopţii* cuiva care lucrează acasă şi care are faxul în dormitor. Mesajele trimise prin fax vor trezi persoana respectivă şi îi vor strica somnul.
- *Să inviţi musafiri la masă şi apoi să vorbeşti la telefonul celular tot timpul.* În acest fel oaspeţii tăi nu vor putea să discute cu tine sau între ei de teamă că zgomotul conversaţiei te va deranja.
- *Să menţii în stare de funcţionare pagerul atunci când te afli în biserică, într-o sală de cinema, într-o sală de concerte* - în orice alt loc în care zgomotul făcut de acesta îi poate deranja pe ceilalţi. Atunci când te afli într-un loc public, închide pagerul. Dacă nu o vei face, toată lumea va gândi (şi pe bună dreptate) că încerci să atragi atenţia asupra ta.
- *Să laşi un mesaj foarte lung pe robotul telefonic* al unei persoane plecate din oraş, folosind o mare parte din casetă; în acest fel alte persoane ce vor suna mai târziu, încercând să lase un mesaj, nu vor mai reuşi să facă acest lucru.
- *Să trimiţi mesaje prin e-mail scrise numai cu litere de tipar*, lucru echivalent cu a ţipa la oamenii cu care comunici.
- *Să foloseşti copiatorul biroului şi să îl laşi fără toner sau hârtie*, deşi ştii că va mai fi folosit şi de altcineva.
- *Să îl comuţi pe cel cu care vorbeşti la telefon pe difuzor în timp ce în biroul tău se mai află şi alte persoane*, fără ca interlocutorul tău să ştie acest lucru.
- *Să laşi dischete fără etichetă prin birou;* acest lucru înseamnă o mulţime de timp pierdut pentru descoperirea conţinutului acestor dischete sau trimiterea lor unor persoane care nu au computere compatibile cu sistemul folosit de tine.
- *Să disturbi liniştea şi concentrarea celor ce călătoresc cu tine* în avion lucrând fără încetare pe laptop sau vorbind tot timpul la telefonul celular pus la dispoziţia pasagerilor.
- *Să ai un sistem voice mail la birou care este frustrant* pentru persoanele care telefonează - deoarece persoana respectivă trece în mod constant de la o opinie la alta, fără a ajunge niciodată să vorbească cu o fiinţă umană, iar în final i se închide pur şi simplu telefonul, nereuşind să facă nimic altceva decât să se enerveze. Dacă biroul tău este dotat cu un asemenea sistem, pune-l la punct!
- *Să nu acorzi atenţia cuvenită robotului telefonic de acasă*, adică să nu înregistrezi mesaje clare, concise. Unii oameni mormăie pur şi simplu atunci când îşi înregistrează vocea pe robotul telefonic, în aşa fel încât nu se poate şti cine este sau ce număr de telefon are sau chiar dacă cel care a înregistrat mesajul este o fiinţă umană!

2

Relaţiile dintre bărbaţi şi femei la locul de muncă

Până în anii 1960 prezenţa femeilor în suita cadrelor de conducere se limita la calitatea de secretară a directorului (la birou) şi de soţie a acestuia (acasă), cea de-a doua cu un program ce alterna între soţ, copii şi, mai important, companie. Soţia unui cadru administrativ dinaintea anilor '60, se bucura de o importantă poziţie socială - după soţul ei. După cum şi ea reflecta realizările acestuia, oglindea succesul lui. Era foarte normal ca, înainte de a-l angaja pe soţul ei într-o funcţie importantă, corporaţia să o verifice şi pe ea cu mare grijă. Compania considera că în calitate de amfitrioană a lui, soţia unui cadru de conducere ar trebui să fie prezentă la toate întâlnirile importante. Comportamentul ei ar fi putut crea sau strica imaginea companiei. Tocmai de aceea ea trebuia să fie supusă unor lungi interviuri şi verificări înainte de a fi angajat soţul ei.

Acel fel de soţie nu mai există astăzi (cu excepţia acelora care fac parte din generaţiile mai în vârstă). Astăzi, o corporaţie nu mai îndrăzneşte să intervieveze partenerul de viaţă înainte de a angaja un cadru de conducere. În zilele noastre, chiar dacă soţia unui cadru de conducere este casnică, ea este adesea preocupată de hobby-urile ei, de artă, este implicată într-o serioasă activitate benevolă din comunitatea ei sau urmează o anumită formă de învăţământ. Ea nu mai trebuie să fie, în mod constant, la dispoziţia soţului sau a companiei.

Aceasta nu înseamnă însă că nu trebuie să fie pregătită să apară alături de soţ când prezenţa ei are importanţă pentru el. Diferenţa faţă de timpurile trecute constă în faptul că şi el trebuie să fie gata să-şi susţină soţia când acest lucru este important pentru cariera ei. Companiile de astăzi îşi pun o altă nădejde în partenerul de viaţă,

în faptul că şi el trebuie să fie gata să-şi susţină soţia când acest lucru este important pentru cariera ei. Companiile de astăzi îşi pun o altă nădejde în partenerul de viaţă al cadrelor de conducere, în legătură cu contribuţia lor la reuşita întâlnirilor de divertisment ale oamenilor de afaceri.

Dublul standard din zilele noastre

În ultimii 20-30 de ani rolul jucat de partenerul de viaţă al cadrelor de conducere a suferit modificări minime în comparaţie cu semnificaţia „comportării exemplare a unui bărbat din conducere". Cum din 1960 procesul de emancipare a femeilor a evoluat, cavalerismul bărbaţilor a primit semnalul de a face „stânga împrejur" în comportarea faţă de femei, cunoscută din codul manierelor elegante. Ca urmare, foarte mulţi bărbaţi manieraţi din corpul executiv adoptă un dublu standard în comportament. Ei le tratează pe femei ca pe nişte colege (în timpul zilei, la birou), iar acasă îşi tratează soţiile şi iubitele într-o manieră diferită (mult mai apropiată de cavalerismul tradiţional). Multe femei vor să le fie tras scaunul, să fie ajutate când îşi îmbracă haina, să li se deschidă uşa acasă.

Acest dublu standard actual se referă la comportamentul diferit al bărbaţilor faţă de femeile de la birou şi cele de acasă. Cadrul de conducere politicos, pe vremuri, se comporta manierat din obişnuinţă cu colegele. El nu o mai face în mod automat astăzi.

- îi deschidea toate uşile;
- îi aşeza haina în cuier când sosea la birou sau o ajuta să se îmbrace la plecare;
- se ridica în picioare când intra ea în birou şi rămânea în picioare până când aceasta se aşeza (cu excepţia situaţiei când era vorba de o vizitatoare);
- o servea la masă înainte de a se servi el;
- îi trăgea scaunul;
- îi oferea foc când vroia să-şi aprindă o ţigară;
- îi lua orice pachet pe care-l ducea aceasta;
- îi chema taxiul şi o însoţea până se urca în el;
- comanda şi plătea întotdeauna pentru ea la restaurant;
- îi acorda prioritate, lăsând-o să meargă înaintea lui oriunde;
- mergea pe partea bordurii pentru a o proteja să nu fie stropită;
- se dădea un pas înapoi în lift pentru a permite unei femei, aflată în spatele lui, să iasă prima.

O dată cu pătrunderea femeilor în rândurile personalului de conducere un asemenea comportament cavaleresc a fost înlocuit de un nou gen de maniere, dând un nou sens colegialităţii. Cu alte cuvinte, oamenii se tratează de la egal la egal şi acţionează în concordanţă cu regulile de protocol şi nu cu cele impuse de sex. Femeie sau bărbat, este normal să vină în ajutorul celuilalt ori de câte ori celălalt are nevoie de asistenţă. De exemplu, cadrul de conducere rafinat:

- se grăbeşte să deschidă uşa pentru oricine este în apropiere şi are mâinile ocupate
- culege de pe jos orice lucru care a scăpat cuiva şi care nu poate să o facă aşa uşor ca el (am văzut o dată un preşedinte alergând pe coridor pentru a ajuta un curier să adune de pe jos un teanc de hârtii şi dosare care îi căzuseră)
- se ridică în picioare pentru a saluta un vizitator care intră în biroul lui (sau al ei)
- ajută un coleg sau o colegă care se chinuie să-şi pună sau să-şi scoată haina

Bărbat sau femeie, un director superior în ierarhie îi precede pe cei mai mici în rang, când intră pe uşă, când se aşază pe scaun la masă etc. (Face excepţie situaţia când aceştia sunt gazde, caz în care gazda trebuie să meargă înaintea vizitatorilor, chiar dacă este mai mică în rang decât ei.)

Ca o dovadă că ne aflăm încă în stadiul de dezvoltare al noilor maniere este confuzia, îndoiala şi ezitarea care au apărut când Geraldine Ferraro a primit nominalizarea de vicepreşedinte al Partidului Democrat. Pentru domnul Mondale şi doamna Ferraro s-a ivit dilema privind cine pe cine trebuie să preceadă când se urcau pe podium, ieşeau din avion etc. (Bineînţeles, domnul Mondale - fiind mai mare în rang - ar fi trebuit să o preceadă pe partenerea sa - candidată la funcţia de vicepreşedinte - pe care o însoţea.) De asemenea, ei au trebuit să decidă cum s-ar cuveni să se salute când se întâlnesc în public: un sărut pe obraz ca nişte vechi prieteni? o strângere de mână şi un zâmbet? poate o îmbrăţişare puternică? sau n-ar trebui să se atingă deloc? (De fapt există o regulă simplă: pentru a preveni orice bârfă, colegul şi colega se pot saluta călduros, doar printr-un zâmbet larg şi o strângere de mână fermă, întărită prin aşezarea mâinii libere pe celelalte două mâini împreunate. Nimeni nu poate vedea în acest gest o eventuală poveste de dragoste!)

Cum te adresezi colegelor

Atitudinea unui director faţă de o colegă este o chestiune de protocol şi o primă importanţă o are dobândirea obişnuinţei în a i se adresa politicos.

Modul în care bărbaţii privesc o femeie nou sosită în cadrul unui post de conducere poate influenţa, în mare măsură, viitorul ei succes. Înainte de a avea măcar şansa să se afirme, cariera ei poate fi distrusă de modul în care se referă colegii la ea, o apreciază sau este obiectul ironiilor lor. Cele ce urmează sunt exemple de mod de gândire inexact şi stereotip care poate dăuna carierei unei femei, dacă este exprimat sau gândit tacit de către colegi:

- dacă se impune, înseamnă că nu este feminină;
- dacă vorbeşte cu mai puţină fermitate, nu este îndeajuns de pricepută pentru lumea afacerilor;
- dacă nu e măritată, este ceva în neregulă cu ea;
- dacă este măritată, dar n-are copii, îşi neagă feminitatea;
- dacă este măritată şi are copii, îşi va neglija munca;
- dacă este măritată, nu ar trebui luată în considerare pentru o promovare care i-ar cere schimbarea domiciliului în alt oraş, fiindcă oricum nu-şi va părăsi bărbatul;
- dacă compania investeşte timp şi bani pentru pregătirea ei, ea va rămâne însărcinată şi îşi va abandona serviciul;
- dacă este măritată se va plânge, mai mult decât un bărbat, de problemele căsniciei;
- dacă arată bine, nu va face decât să-i distragă pe bărbaţii din birou;
- dacă nu arată bine, va reduce buna reputaţie a biroului;
- ca femeie este evident că nu poate avea aceleaşi posibilităţi pe care le au colegii ei bărbaţi;
- când va fi indispusă, va avea inevitabil o comportare instabilă;
- când va intra la menopauză, va avea neapărat o comportare capricioasă.

Asemenea declaraţii negative pot părea exagerate şi totuşi ele sunt auzite frecvent când bărbaţii din corpul executiv au de-a face cu colegele lor femei. Deseori

este evident că femeile sunt judecate după standarde complet diferite faţă de bărbaţi. Dacă o femeie bea mai mult fie şi numai cu o singură ocazie, va fi imediat etichetată ca alcoolică, spre deosebire de un bărbat în aceleaşi circumstanţe.

Modul în care colegii se adresează unii altora este o chestiune de etichetă. Dacă un director vrea efectiv să irite o colegă, este suficient să i se adreseze cu apelative ca „Dulcico, scumpo sau iubito". O femeie trebuie să-i ceară ferm să nu i se mai adreseze cu aceşti termeni şi să-i reamintească numele ei exact. De asemenea, trebuie să-şi ajute colegii să folosească un limbaj corect şi respectuos când vorbesc cu ea despre alte femei. Poţi oricând să trimiţi o notă în termeni prietenoşi şi amuzanţi celui care-şi împănează vorbirea cu insulte când discută despre femei. Nu este nevoie să-i faci morală, ci doar să-i reaminteşti delicat că, atunci când vorbeşte denigrator la adresa femeilor, se jigneşte mai mult pe sine însuşi decât pe oricine altcineva.

N-o să uit niciodată o notă pe care mi-a trimis-o un funcţionar de vază din guvern în timpul şederii mele la Casa Albă. Mi-o amintesc încă foarte bine:

„Hei, iubiţico, ce se mai aude cu încurcătura din Luxemburg? Înclinam să cred că o tipă cu inteligenţa ta n-ar fi admis să se întâmple aşa ceva".

I-am răspuns printr-o altă notă:

„Aş fi foarte bucuroasă să discut despre «încurcătura» de la Luxemburg, cum o numiţi dumneavoastră, în cazul în care îmi veţi trimite o notă adresată ca unei fiinţe umane şi nu ca unei maimuţe".

Asta s-a întâmplat în 1962. Mi-a trimis o notă prin care-şi cerea scuze şi sunt sigură că acum se adresează femeilor din corpul executiv într-un cu totul alt mod.

Comportarea lipsită de prejudecăţi a bărbaţilor din corpul executiv faţă de femei

Din fericire, în corpul executiv, există bărbaţi care simt că femeile merită nu numai o şansă, dar şi un ajutor cinstit, când intră în acest gen de muncă. Ei percep prezenţa colegelor în cadrul companiei în raport cu valoarea acestora.

- Judecă o femeie prin contribuţia pe care o poate avea la crearea bunului mers în favoarea tuturor.
- O tratează ca pe un membru al echipei şi o include în toate activităţile acesteia
- Dacă bănuieşte că-i va lua locul, se poartă cu ea în acelaşi mod în care s-ar purta cu un bărbat care ar urmări acest lucru.
- Din primele zile ale încadrării ei în companie, îi arată mecanismele, dându-i inclusiv informaţii valoroase privind politica companiei. O ajută fără a arbora un aer de superioritate.
- Ca îndrumător al ei nu trebuie să manifeste o delicateţe inutilă când se cuvine să o critice. El este conştient că dacă îşi moderează critica, ea nu va fi niciodată în stare să-şi facă o părere clară despre funcţia pe care o îndeplineşte. El ştie că ea are nevoie, în primul rând, de un fundament corect şi exact al performanţelor ei la lucru.
- Nu se teme să scoată în evidenţă realizările obţinute de femeile din compania sa.

O modalitate prin care un bărbat din corpul executiv poate fi de mare ajutor unei femei este să o accepte în „grupul de prieteni" oferindu-i astfel posibilitatea de a lua parte la prânzurile comune, unde se întâlnesc directorii în mod neoficial,

discută afaceri, îşi împărtăşesc informaţii şi bârfe colportate din gură în gură la care ea nu are acces în mod normal. După cum spunea într-o cuvântare directoarea de corporaţie de la Celanese, Eleanor Elliott: „Multe din femeile de afaceri cu care am stat de vorbă (la Celanese sau în alte părţi) sunt izolate. Femeile care ocupă poziţii înalte în cadrul companiei sunt dispersate. Ele nu au posibilitatea unui schimb ocazional de informaţii ca bărbaţii, care-şi fac vizite la birou sau merg la câte un prânz improvizat. Nu sentimentul de umilire le deranjează pe aceste femei, ci sentimentul că sunt excluse pe plan profesional".

Când o femeie este invitată împreună cu bărbaţii la un prânz, trebuie să poată furniza şi ea informaţii interesante grupului şi va fi în avantajul ei dacă va dovedi şi un ascuţit simţ al umorului cu această ocazie. Trebuie să se deprindă să nu accepte spiritul cavaleresc de a i se plăti nota de plată - ci să-şi plătească personal prânzul! (Am auzit o dată o femeie de afaceri remarcând că există numai trei ocazii în viaţa unei femei când poate accepta ca prânzul să-i fie plătit de colegul ei: dacă tocmai a născut, dacă a câştigat Premiul Nobel sau dacă tocmai a fost propusă ca preşedinte al Statelor Unite.) Şi, bineînţeles, un lucru foarte important pe care nu trebuie să uite să-l facă o femeie după ce a fost invitată la un „prânz în grup" este să spună acel cuvânt simplu: *mulţumesc.*

Femeia din corpul executiv cu maniere elegante

Relaţiile armonioase de muncă între cele două sexe bineînţeles că nu depind numai de bărbaţii din corpul executiv. Bunele maniere sunt la fel de importante la o femeie ca şi performanţele ei în muncă. Pentru că de la sexul feminin te aştepţi să aibă maniere elegante. Şi chiar dacă aceasta nu are o bază reală, totuşi mulţi oameni mai cred că este o realitate. Există o vorbă din bătrâni care spune că femeile sunt „păstrătoarele manierelor elegante".

Cu siguranţă că dacă o femeie din corpul executiv are bune maniere îi va fi lesne să se înţeleagă la birou. În relaţiile dintre ea şi colaboratori, femeia trebuie să adopte un comportament cât mai pozitiv:

- Trebuie să urmeze, împreună cu colegii ei, toate regulile de conduită ale corpului executiv.
- Trebuie să se facă plăcută şi agreabilă *tuturor* şi nu doar şefilor ei.
- Trebuie să fie întotdeauna punctuală.
- Trebuie să fie serioasă în pregătirea ei şi intransigentă în privinţa termenelor de predare a lucrărilor.
- Trebuie să aibă simţul umorului şi să ştie când să-l folosească; trebuie să ştie când să glumească pe seama ei, fără să fie prea autodispreţuitoare.
- Nu trebuie să fie prea complexată de laudele aduse unui bărbat pentru contribuţia lui la realizările companiei.
- Trebuie să ştie să le mulţumească frumos colegilor pentru ajutorul lor.
- Nu trebuie să se teamă să-şi arate compasiunea, într-un mod feminin, atunci când este cazul.
- Nu trebuie să se jeneze de intuiţia caracteristică femeilor, ci mai degrabă să o conserve ca pe o calitate utilă la care poate apela chiar la locul de muncă.
- Trebuie să-şi creeze o bună imagine personală fără a fi lăudăroasă.
- Trebuie să înţeleagă rostul ierarhiei în conducere şi să nu încerce să-l forţeze ca să ajungă la vârf.

- Trebuie să-şi menţină separat viaţa particulară de cea de afaceri şi să nu-şi irosească timpul de muncă cu conversaţii excesive despre familie sau viaţa ei amoroasă.
- Trebuie să facă un efort deosebit ca să fie drăguţă cu soţiile colegilor ei, astfel încât să le pară acestora mai puţin primejdioasă. (Câteodată soţiile bărbaţilor din corpul executiv sunt geloase pe femeile care populează viaţa bărbaţilor lor.)
- Nu trebuie să se plângă de discriminare sau de hărţuire sexuală decât dacă este pe deplin justificat.
- Trebuie să se abţină să folosească un limbaj indecent, cum ar trebui să facă de altfel şi colegii ei. În ciuda faptului că ne bucurăm de egalitate, vorbele urîte sună mult mai şocant venind din gura unei femei decât din cea a unui bărbat.
- Nu trebuie să-i învinovăţească niciodată pe alţii pentru greşelile ei.
- Trebuie să muncească din greu ca să fie un mentor care inspiră simpatie şi un model demn de urmat pentru celelalte femei tinere din birou (să-şi amintească mereu de primele dificultăţi pe care le-a întâmpinat).
- Trebuie să se achite faţă de orice coleg care a ajutat-o sau a înlocuit-o în obligaţiile de serviciu, când a absentat din cauza unor urgenţe de familie.
- Trebuie să fie atentă la orice discriminare sau discuţie necinstită care vizează o altă femeie din biroul ei, având datoria să calmeze lucrurile sau să susţină persoana care a fost nedreptăţită.
- În discuţii, discursuri şi articole, nu trebuie să-i uite niciodată pe cei care au ajutat-o. Trebuie să onoreze profesorii, şefii sau colegii care i-au acordat un ajutor deschis în cariera sa.

Problemele speciale ale femeii-director

Din nefericire, femeile-director din ziua de azi trebuie să fie mai manierate şi să muncească mai mult decât colegii lor, pentru a demonstra că-şi pot îndeplini tot atât de bine obligaţiile. Când femeile ţin pasul cu bărbaţii, e o plăcere pentru ele să nu mai fie povăţuite (la locul de muncă). Până atunci însă, femeile trebuie să acţioneze cu rapiditate, având mai mult sau mai puţin succes, în probleme de felul acesta:

O şefă tânără şi noii ei subordonaţi

Deseori o femeie-director se află într-o situaţie dificilă dacă are bărbaţi sau o persoană mult mai în vârstă (indiferent de sex) care îi sunt subordonaţi.

Dacă este deschisă în relaţia ei cu subordonaţii chiar de la început şi demonstrează că le înţelege stânjeneala, relaţia are mari şanse să fie bună. Trebuie să-şi manifeste mândria că are în echipă bărbaţi şi oameni în vârstă, exprimându-şi aprecierea pentru perspicacitatea şi experienţa lor. Trebuie să le ceară s-o anunţe când lucrurile nu merg bine atât din punct de vedere al muncii, cât şi psihic. Trebuie să le explice cu grijă scopurile finale ale activităţii pe care o depun cu toţii. Trebuie să le promită că va avea grijă ca ei să fie recompensaţi pentru munca pe care o fac şi să-şi ţină promisiunea.

Primele şedinţe sunt foarte importante. Ele stabilesc stilul de conducere şi temperatura atmosferei de lucru. Când femeia-director îşi asumă această funcţie, va putea preveni eventuala ostilitate a subordonaţilor, dacă va sublinia admiraţia pe care o are faţă de calificarea şi reputaţia lor.

Am asistat o femeie tânără în prima ei zi ca şefă de secţie (şeful anterior fusese concediat cu două săptămâni înainte). Când ea a sosit la prima întâlnire cu personalul, în încăpere domnea deja o tensiune evidentă. Oamenii bârfeau în şoaptă, iar bărbaţilor li se citea pe faţă nemulţumirea. Un bărbat cam de vreo 60 de ani stătea tăcut şi îmbufnat, ca şi cum n-ar fi putut crede că este posibil ca ultimul lui an în cadrul companiei să-l petreacă primind ordine de la o tânără.

Dar ea era pregătită să facă faţă situaţiei. A intrat repede în încăpere, a dat mâna cu ei, le-a zâmbit tuturor şi s-a adresat fiecăruia pe nume. Le-a cerut să ia loc şi, aşezându-se pe marginea unui birou, le-a vorbit timp de 15 minute într-o manieră încântătoare şi deschisă. Le-a explicat de ce a fost selectată pentru această funcţie (referinţele ei erau impresionante) şi cât de mult înseamnă pentru ea personal să reuşească. I-am urmărit pe cei din cameră cum s-au destins. Li s-a adresat tuturor, pe rând, spunându-le lucruri frumoase despre ceea ce a aflat în privinţa fiecăruia în parte.

Cei de faţă au început să se relaxeze şi să zâmbească la cuvintele ei prietenoase. După aceea a explicat într-un mod clar şi profesional ce aşteaptă de la ei şi la ce se pot aştepta ei de la ea în următorii ani.

Toţi au părăsit încăperea mulţumiţi. Noua şefă şi-a folosit rafinamentul în afaceri pentru a-şi cuceri subordonaţii.

Deosebiri de statură – amazoana şi păpuşa

O femeie care cântăreşte circa 40 kg poate avea probleme în a fi luată în serios de un bărbat din corpul executiv. Dar şi o femeie solidă ar putea avea aceleaşi probleme, fiindcă bărbaţii s-ar putea referi la ea, în spate, comparând-o cu un şofer de tir sau cu un rugbist.

Unii cred că soluţia ar putea fi ca o femeie micuţă de statură să se răstească la ceilalţi 24 de ore din 24 folosind un limbaj dur şi de a pune permanent la punct, iar o femeie solidă să dea impresia bărbaţilor că este neajutorată. Nici una din aceste soluţii nu dă rezultate.

Aspectul fizic masiv sau plăpând ascunde diverse tipuri de personalitate. Persoanele în cauză trebuie să încerce să-şi uite aspectul fizic şi să-i ajute şi pe ceilalţi să o facă. Simţul umorului, dublat de talent şi competenţă, este cel mai bun antidot pentru problemele legate de aspectul fizic al unei persoane. O femeie nu trebuie să se jeneze să ceară sau să primească o mână de ajutor. Dacă un bărbat serviabil vine în ajutorul unei femei mignone care transportă o greutate, ea trebuie să-i mulţumească, dar să specifice că este capabilă să se descurce singură - bineînţeles numai în cazul când într-adevăr este capabilă. Dacă povara este prea mare, ea poate să-i accepte, recunoscătoare, ajutorul. O femeie solidă, la fel ca orice bărbat, se poate găsi la un moment dat în faţa unui lucru greu de transportat. Ea poate să pară capabilă să ridice de trei ori greutatea corpului, dar poate avea mâinile slăbite sau spatele bolnav. Într-o asemenea situaţie nu trebuie să se jeneze să ceară ajutor, ca şi un bărbat într-o situaţie similară.

Unui bărbat care face comentarii ironice despre aspectul fizic al unei femei, chiar şi în glumă, trebuie să i se răspundă ferm şi cu o mică doză de umor. Există oameni de toate conformaţiile şi tot aşa sunt şi îndatoririle lor. Cineva care este fanatic în privinţa aspectului fizic al angajaţilor nu contribuie la bunul mers al companiei.

O femeie care călătoreşte singură

O femeie singură nu înseamnă o femeie disponibilă. O femeie singură se teme adesea să nu fie luată drept o pradă uşoară sau, mai rău, drept o femeie uşoară. Pentru unii bărbaţi „singură" înseamnă „disponibilă", ceea ce reprezintă discriminare sexuală în cel mai rău sens al cuvântului.

Dacă tu, o femeie singură, eşti acostată într-un mod neplăcut de un străin din hotel care are o părere greşită, spune-i bineînţeles: „să dispari imediat din faţa mea". Cu siguranţă, nu trebuie să-ţi petreci serile închisă în camera ta de hotel, cu pereţi de culoarea muştarului şi veseli ca otrava, din cauza unei experienţe întâmplătoare şi neplăcute. Trebuie să ai curajul, dacă ai chef, să bei ceva la barul hotelului sau să serveşti cina în restaurantul hotelului. Pentru a intra singură în locuri publice, ca să serveşti o băutură sau o masă, îţi trebuie puţină practică. Aceste locuri trebuie selectate cu multă grijă. După ce vei face-o de câteva ori, ţi se va părea natural ca în timpul călătoriilor tale să fii singură într-un restaurant.

Există, bineînţeles, câteva lucruri care trebuie reţinute. *În primul rând, trebuie să arăţi ca o profesionistă* de fiecare dată când călătoreşti pentru compania ta. O imagine potrivită de afaceri este exprimată de modul în care te îmbraci, precum şi de modul în care te comporţi.

Intră în bar cu servieta sau cu câteva dosare (un simbol al statutului tău de viaţă). Ţine-ţi capul sus, cu o expresie plăcută pe faţă şi, fără să te simţi stânjenită, spune-i persoanei care îţi arată locul: „doresc o masă pentru o persoană". După ce ai comandat băutura, răsfoieşte una-două pagini, astfel încât să dai impresia clară a unei persoane care s-a oprit la acest hotel din motive de afaceri.

Uită-te în altă parte dacă observi că te priveşte un bărbat. Nu afişa o expresie de panică sau de dezgust total, fiindcă acestea ar constitui semne de stânjeneală. Dacă se îndreaptă spre tine şi se aşază neinvitat la masa ta, cheamă chelnerul şi întrebă-l: „Există vreo masă liberă pentru acest domn?". Intrusul va înţelege mesajul şi te va lăsa în pace. Dacă nu o face, părăseşte masa şi reclamă-l celor din conducere, care îl vor lua de acolo.

Dacă un bărbat atrăgător vine la masa ta şi întreabă politicios dacă ţi se poate alătura, poţi accepta dacă vrei. Explică-i, totuşi, de la început, că nu mai sunt decât câteva minute până când trebuie să pleci. Acest lucru îţi dă şansa să scapi de el, dacă-i găseşti compania nesatisfăcătoare.

Dacă se oferă să-ţi plătească băutura, este bine să accepţi. Dacă comandaţi amândoi încă un rând, lasă să se înţeleagă că tu vei plăti pentru acest rând. Cât despre al treilea rând de băutură, fii atentă. Acesta este rândul de băutură pe care unul din voi (sau amândoi) veţi regreta că l-aţi comandat.

Dacă însoţitorul te invită să serviţi cina împreună şi dacă doreşti să accepţi, spune-i clar că îţi vei plăti cina şi că nu vrei să-i rămâi datoare. Va înţelege că nu eşti o femeie fără minte care „agaţă bărbaţi". Spune ceva de genul: „Mi-e teamă că cina va fi destul de rapidă, pentru că am o mulţime de lucruri de făcut în vederea întâlnirilor de mâine". Prin această declaraţie emiţi un semnal clar că nu vei continua să-i ţii companie toată noaptea.

Au existat unele întâmplări foarte neplăcute cu femei de afaceri, care au părăsit hotelurile cu străini, fiind invitate să mănânce în oraş. De aceea trebuie să cinezi acolo unde şi locuieşti. Aşa este înţelept pentru a fi în siguranţă.

O femeie se simte protejată când cinează într-un restaurant de clasă, chiar dacă nu este însoţită. Şi chiar când călătoreşte în interes de afaceri, este plăcut să vezi cum sunt restaurantele care fac faima acelui oraş. Dacă doreşti să cinezi într-un

anume restaurant, fă în prealabil o rezervare. (Asigură-te că alegerea ta nu este vreun bar de noapte, gen cabaret, pentru că, fiind singură, te poţi simţi foarte neconfortabil în timp ce se desfăşoară spectacolul din acel local.) Când rezervi o masă, spune-ţi numele, titlul şi numele companiei. Acest lucru impresionează conducerea restaurantului. Dacă se face vâlvă în jurul tău şi ţi se dă o atenţie specială, aminteşte-ţi să fii generoasă când pleci şi să dai bacşiş.

Sunt rare ocaziile când un *maître d'hotel* va face deosebire între femeile-oaspeţi însoţite şi cele singure. Dacă ţi se întâmplă aşa ceva, atunci cere o masă mai bună. Dacă ai făcut o rezervare din timp şi soseşti mai devreme în restaurant, trebuie să fii condusă la o masă bună şi nu la una din faţa bucătăriei, unde există pericolul de a fi lovită de fiecare dată când se deschide uşa.

Dacă te intimidează faptul că te văd alţii cinând singură, poţi să-ţi petreci câtva timp notând ceva în carnetul de afaceri sau făcând însemnări pe un bloc-notes. Nu este prea frumos să citeşti ziarul, fiindcă tiparul de ziar înseamnă degete murdare pe o faţă de masă albă şi curată. O excepţie de la regulă o face, bineînţeles, micul dejun. Majoritatea oamenilor sunt prea obosiţi sau adormiţi ca să le mai pese de degetele murdare, mai ales că nici bucătăria nu-i rafinată, destul ca să nu-ţi mai faci griji privind influenţa cernelii de tipar asupra alimentelor.

Ai putea să iei cu tine la masă o cărticică pe care să o răsfoieşti din când în când. Nu-ţi înfunda nasul în ea tot timpul, căci alţii ar putea crede că ai un complex de inferioritate şi ţi-e teamă să fii privită. Ridică-ţi privirea din carte cât vrei de des. Nu uita să arborezi o expresie plăcută. Dacă vezi că te fixează cineva, ignoră-l, sau fă şi tu acelaşi lucru dacă vrei. (Am descoperit că această metodă ţine întotdeauna.) Tu ai dreptul să te afli acolo, să te bucuri de masa pe care o serveşti şi de cele înconjurătoare fără ca intimitatea să-ţi fie deranjată. În afară de asta, este mult mai plăcut să cinezi singură decât în compania unei persoane dezagreabile sau chiar plictisitoare. (Aminteşte-ţi tot timpul acest lucru şi îţi va fi mai uşor să-ţi înfrângi sentimentul de singurătate.)

Într-o seară, o femeie tânără şi atrăgătoare, călătorind în interesul firmei Procter & Gamble, a fost absorbită de lectura unei cărţi în timp ce-şi lua cina în restaurantul hotelului. O persoană de conducere care se afla la o masă alăturată l-a rugat pe chelner să afle discret ce carte îi captiva interesul. Când, întorcându-se, ospătarul şef i-a spus titlul unei cărţi din perioada elizabetană, persoana respectivă a zâmbit larg, fiindcă îşi făcuse lucrarea de diplomă pe acest subiect. Avea un motiv îndreptăţit să înceapă o conversaţie. A urmat imediat un schimb de bileţele între cele două mese, apoi, după cină, au băut împreună o cupă de şampanie. Şase luni mai târziu a urmat nunta. Toate acestea demonstrează că nu toate călătoriile de afaceri sunt plictisitoare!

Reguli de comportare, în timpul deplasărilor, pentru femeia din corpul executiv

Multe dintre femeile care călătoresc în interes de afaceri se simt nesigure în privinţa lucrurilor pe care şi le pot sau nu permite într-un asemenea voiaj. Majoritatea îşi petrec zilele în şedinţe, iar serile, fără nici un entuziasm, dar şi fără riscuri, luând o cină oarecare în cameră, în faţa televizorului.

O femeie nu trebuie să-şi ţină toate şedinţele în restaurant sau în vestibulul barului, când nu se află în oraşul ei. Dacă vrea să-şi folosească apartamentul sau

camera pentru o întâlnire de afaceri, o poate face. Trebuie să fie atentă să nu existe lucruri personale la vedere, cum ar fi articole de îmbrăcăminte şi, înainte de sosirea partenerilor de afaceri, trebuie să strângă orice lucru care aparţine serviciului de cameră (de exemplu, o tavă pentru micul dejun). Dacă a fumat, trebuie să aeriseaască.

Un apartament este de departe cel mai bun aranjament pentru o întâlnire, dar dacă nu există unul disponibil, sau dacă compania nu-şi poate permite un apartament, atunci poate solicita o cameră cu un pat care se poate transforma în canapea. Dacă acest lucru nu este posibil, ea trebuie să tragă scaunele şi să folosească patul ca pe o uriaşă masă de conferinţă, aranjînd pe el hârtii, dosare etc. Acest lucru va face din pat un obiect cât se poate de antisexual.

Când partenerii se adună pentru o şedinţă, ea ar trebui să le ofere băuturi nealcoolice. Dacă este o întâlnire de după-amiază, care se prelungeşte la nesfârşit, s-ar putea ca toţi să aibă nevoie de o reîmprospătare, caz în care un platou surpriză cu fructe proaspete, tăiate, astfel încât să poată fi mâncate cu mâna, şi câteva pahare cu sifon rece constituie o trataţie deosebită. Dacă şedinţa se ţine la ea în cameră, ea este gazda, ca să zicem aşa, grija pentru confortul celor prezenţi ar trebui să fie considerată ca făcând parte din îndemânarea ei în calitate de persoană din conducere şi nu doar ca un gest „de feminitate".

Am întrebat o femeie, extrem de atrăgătoare, din personalul de conducere care face deplasări în fiecare săptămână şi care are mereu întâlniri în apartamentul ei, dacă a avut vreodată probleme din punct de vedere sexual. A zâmbit şi apoi mi-a arătat nişte fotografii înrămate, de format mare, ale soţului şi copiilor ei. „Întotdeauna le aşez ostentativ în apartament, lângă locul unde sunt aşezaţi invitaţii", mi-a explicat ea. „Nimeni n-ar îndrăzni să mă abordeze în faţa familiei mele."

Ar trebui, de asemenea, să adaug că această femeie, indiferent la ce hotel stă, dă bacşiş portarului, îl salută pe director, îi dă bacşiş şefului personalului şi îi explică cine este şi pentru ce se află în acel hotel. Serviciile pe care le primeşte sunt de primă clasă. Îi este acordată o atenţie specială, mai curând decât ar fi tratată ca un cetăţean obişnuit, lucru de care unele femei se plâng.

Femeia-director, eticheta şi sexul opus

De când au început femeile să meargă la lucru în această ţară, din timpul revoluţiei industriale, în fabrici şi ateliere în care se muncea cu sudoarea frunţii, bărbaţii au flirtat, le-au dat întâlniri şi s-au căsătorit cu femeile de la locul lor de muncă. Astăzi femeile se bucură de roadele educaţiei lor, de noul lor statut în lumea afacerilor şi pe plan profesional şi, de asemenea, de noua lor posibilitate de a-şi modela singure propria lor viaţă socială.

Dacă eşti o femeie din personalul de conducere şi te simţi atrasă de un partener de afaceri, nu există nici un motiv care să te împiedice să-i ceri să te însoţească la o petrecere, la teatru sau să vină să servească cina la tine acasă, numai:

- să ştii sigur că nu este căsătorit;
- să nu fie un cumpărător sau un client care să rămână „stupefiat" de invitaţia ta, care ar putea părea extrem de ofensivă din partea ta;
- să nu fie cineva într-o funcţie mult mai înaltă decât a ta şi care să-l facă pe el (şi pe ceilalţi) să creadă că îl linguşeşti sau că eşti extrem de insistentă;
- să faci toate pregătirile pentru acea seară şi să le plăteşti în particular;

• să nu vrei ceva mai serios decât o întâlnire oarecare. Dacă eşti în căutarea unei relaţii serioase, vei fi îndeajuns de înţeleaptă să o cauţi cât mai departe posibil de companie şi de clienţii ei.

Pe de altă parte, dacă un asociat în afaceri sau un client te invită la o întâlnire, fie o piesă de teatru, la un meci de fotbal, la un picnic sau la o conferinţă de politică externă, poţi accepta liniştită dacă vrei. Aminteşte-ţi că persoana respectivă merită să i se mulţumească, nu numai verbal, ci şi printr-o notă scrisă. Deseori îi simţim pe partenerii noştri de afaceri „ca din familie" şi că nu trebuie să-i tratăm într-un mod prea protocolar. În realitate, este nepoliticos să iei pe oricine drept bun. Un mic „mulţumesc" face minuni.

Cum poate o membră rafinată din corpul executiv să se ajute pe sine şi pe celelalte femei

Se ştie că unul din motivele pentru care bărbaţii au făcut treabă bună la locul de muncă constă în aceea că ei au fost angrenaţi - de secole - în „piaţa muncii". Ei au folosit şcolile, cluburile, echipele de sport şi relaţiile de familie pentru a-şi consolida succesele carierei lor. Femeile nu au fost implicate în acest mediu şi totuşi priceperea celor ce oferă locuri de muncă le poate fi şi lor de un important ajutor. O membră din corpul executiv poate ajuta o femeie în obţinerea de contracte, de sprijin, informaţii, idei şi chiar simpatie. Contactele făcute în cadrul unei bune organizaţii de profesioniste pot fi extrem de valoroase, ajutând-o să se bucure şi să reuşească în meserie. Mai mult, dacă ea este o persoană civilizată, va fi bine primită de celelalte femei din organizaţie. Ea îşi ia, de asemenea, responsabilitatea în a accepta ca membrele societăţii să participe la întruniri, să intre în diverse comitete, să ajute la alcătuirea unor programe, să-i sprijine şi să-i urmărească abil pe membrii organizaţiei. Există multe şi remarcabile organizaţii profesionale, de femei, cum ar fi „Comitetul celor 100" (femei-proprietare de firme) şi „Forumul femeilor" (cu filiale în cele mai importante oraşe şi cu o societate a femeilor cu autoritate în afaceri, educaţie, ştiinţă şi artă). Printre alte organizaţii de femei care sunt folositoare, atât în încheierea contractelor cât şi în alcătuirea de programe, sunt:

Financial Women
The Fashion Group
The National Association for Professional Saleswomen
The National Association of Bank Women
The National Federation of Business and Professional Women's Club
The National Home Fashions League
Women in Communications
Women in Advertising
Women in Data Processing
The National Association of Business and Industrial Saleswomen
American Women in Radio an Television
The Women's Economic Roundtable

Mai sunt încă multe altele. Acesta este doar un mic eşantion al organizaţiilor din Enciclopedia asociaţiilor. Deseori sunt răspândite informaţii importante la întrunirile acestor grupuri: câteodată pe probleme sociale sau politice, alteori privind stabilirea fondurilor de burse. De cele mai multe ori, membrii îşi folosesc asociaţiile pentru influenţarea evoluţiei carierei lor şi pentru favorizarerea unor contracte. Femeia care

participă la întrunirile de acest fel şi ale cărei maniere sunt impecabile, este, în general, cea care profită cel mai mult de pe urma lor.

Când conducerea superioară îşi încurajează membrii tineri din corpul executiv, bărbaţi şi femei, să-şi dezvolte potenţialul prin aceste societăţi şi când le furnizează suport financiar, parţial sau complet, compania va beneficia de aceste avantaje pe perioade lungi de timp în viitor.

Când îşi ajută comunitatea

Femeile nu ar trebui să uite niciodată instituţiile care le-au educat. Statisticile arată că femeile au o contribuţie infimă la şcolile, colegiile şi facultăţile lor. Există instituţii religioase care le ajută să-şi modeleze caracterul; există comunităţi şi organizaţii naţionale non-profit care au nevoie de talentul, banii şi de contribuţia lor voluntară. Femeile de afaceri trebuie să fie membri energici şi harnici ai consiliilor de conducere ale instituţiilor non-profit. Pe scurt, cu cât o femeie are mai mult succes, cu atât trebuie să depună mai mult efort în colectivitatea ei. Aceasta constituie o parte importantă a responsabilităţii ce revine unui cadru de conducere; când îşi asumă conducerea, o femeie trebuie să fie un exemplu pentru femeile tinere din subordine.

Sex şi poveşti de dragoste la birou

După cum spunea un tânăr angajat, „autocontrol înseamnă să ai capul pe umeri". Nu există o carte privind manierele sexuale la birou, pentru simplul motiv că sexul nu face parte din munca de birou. El este prezent într-un grad mai mic sau mai mare, dar cu cât acest grad este mai mare, cu atât situaţia se apropie de dezastru.

Vicepreşedintele de la „Resursele umane" nu poate să trimită o notă unei companii prin care să impună: „Nu vor exista poveşti de dragoste între oricare dintre membrii cadrelor executive". Se poate să te îndrăgosteşti şi să stabileşti o relaţie emoţională, fiindcă acest lucru este inevitabil, la fel ca moartea sau ca impozitele. Totuşi, când acest lucru se întâmplă la locul de muncă, se va ridica un inevitabil uragan de bârfe. (Trăiesc împreună acum? Se vor căsători? Sunt amândoi fără alte obligaţii încât să se poată căsători? Există oare vreo obiecţie corectă în privinţa căsătoriei lor? Oare se potrivesc sexual? Oare asta fac atunci când ies să ia prânzul împreună?) Oamenii vor începe să se gândească la ei ca la două persoane care au o legătură amoroasă mai degrabă decât să observe cât de bine îşi fac meseria. Dacă povestea de dragoste pare prea puternică ca să i se poată pune capăt, vor fi vorbe şi critici. Dacă nu se căsătoresc, va fi şi mai multă pălăvrăgeală. Dacă unul din ei este căsătorit, vorbele se transformă în scandal. De obicei, unul din ei trebuie să plece - şi în general acela este femeia.

Când vorbeşti despre viaţa ta sexuală

Viaţa intimă a unui membru din executiv trebuie să rămână în afara vieţii de birou, atât înainte, cât şi în timpul căsătoriei sau după căsătorie. Dacă simţi nevoia să vorbeşti cu cineva despre prietenul tău, fie să te lauzi fie să te plângi din cauza lui, găseşte o

persoană înţelegătoare din afara biroului care să te poată ajuta. Există sfătuitori profesionişti în acest domeniu. Dacă vorbeşti despre aceste probleme la birou, ceilalţi te vor judeca şi aprecia ca fiind imatură şi incapabilă să faci faţă unor responsabilităţi sporite. Dacă încerci să-ţi fascinezi colegii de la serviciu cu poveşti despre ce s-a întâmplat în noaptea trecută, o să-i faci să se simtă stânjeniţi, chiar dacă n-o vor recunoaşte. Un birou nu este un vestiar de gimnastică, nici o confrerie, nici club.

Flirtul şi limbajul afectiv corporal

Dacă cineva începe să flirteze cu tine la birou, o frază sau două vor fi suficiente ca să-i producă efectul unui duş rece: „Uite ce este, acesta nu este locul potrivit pentru asemenea treabă. Nu-mi place şi, pe lângă asta, am de lucru". Dacă îi permiţi celeilalte persoane să continue, dacă îi faci jocul pentru că eşti jenat, poţi obţine ca rezultat concedierea ta sau poţi să pierzi o promovare (chiar dacă tu ai fost nevinovat). Deci opreşte un flirt înainte de a progresa, fie în cuvinte, fie în acţiuni. Sper că ştiţi să faceţi deosebirea între flirtul propriu-zis şi o simplă încercare de măgulire sau complimentare.

O etalare în public a îmbrăţişărilor şi sărutărilor pe gură nu este, cu siguranţă, potrivită la birou, chiar dacă se desfăşoară între doi oameni căsătoriţi. Unii oameni sunt tandri prin natura lor, exuberanţi şi expansivi chiar şi cu persoane pe care nu le cunosc bine. Acest gen de om îmbrăţişează pe altul cu aceeaşi obişnuinţă cu care altul strânge scurt mâna cuiva în semn de salut.

Este înţelept să-ţi controlezi reacţiile tandre, chiar de cunoşti sau nu o persoană şi chiar de sunteţi sau nu foarte apropiaţi. Cei care nu cunosc motivele pot începe bârfa când te văd comportându-te într-o manieră tandră. Nu trebuie să-ţi înfrânezi sentimentele ca şi cum te-ai afla prins într-o cutie; controlează-ţi doar dorinţa de a pune mâinile pe sau în jurul celuilalt (controlează-ţi această dorinţă până seara când ajungi acasă).

Cum să faci faţă avansurilor sexuale inoportune

Se mai întâmplă. Cazul tipic este acela când o femeie, la o petrecere de afaceri în oraşul ei, dar mai ales când călătoreşte cu un coleg din aceeaşi companie, este surprinsă neplăcut de un brusc şi evident avans sexual din partea acestuia. Este, în general, declanşat de un act la fel de simplu ca şi comandarea celui de-al treilea pahar de băutură. Apoi, dintr-o dată, este făcut pasul nedorit şi nereciproc, neplăcut şi stânjenitor pentru femeie. (Câteodată victima avansului este un bărbat, agresoarea fiind femeia.)

Dacă eşti cineva căruia tocmai i s-a întâmplat aşa ceva, încearcă să discuţi cu colegul respectiv pornind de la ideea că ar fi defavorabil carierei lui să se discute în birou despre comportamentul necorespunzător pe care îl are când se află în deplasare. Explică-i că atitudinea lui demonstrează o completă lipsă de respect profesional faţă de tine. Spune-i că tu ştii că de fapt el n-a vrut să facă un asemenea pas. Apoi pleacă, fiindcă eşti într-o situaţie defavorabilă şi continuarea conversaţiei nu va ajuta la nimic. Colegul ar trebui să-şi ceară scuze, lucrul care l-ar umili în momentele acelea, sau poate deveni ostil şi abuziv. În orice caz, lasă-l şi pleacă la tine în cameră. Când te întâlneşti cu el a doua zi, comportă-te ca şi cum nu s-ar fi

întâmplat nimic. Nu te mai referiri la ce s-a întâmplat şi el îţi va fi recunoscător pentru acest lucru. Dacă a băut foarte mult, s-ar putea să nu-şi aducă aminte de nimic din acel episod, ceea ce-ar fi cel mai bine pentru toţi cei implicaţi.

Dacă încearcă să te facă să stai cu el după ce ţi-a făcut avansul şi dacă este un bărbat căsătorit, încearcă să-i foloseşti familia ca armă de apărare. Menţionează că eşti sigură că nu vorbeşte serios şi că, având în vedere minunata lui familie, nu are o purtare prea frumoasă. Dacă te urmăreşte când te întorci în camera ta, intenţionând să-şi continue punerea în acţiune a planului, ameninţă-l că vei aduce la cunoştinţă comportarea lui la sediu. Continuă să-l reasiguri că tu ştii că acesta nu este modul lui obişnuit de comportare. Dacă totuşi persistă în acest comportament, cere ajutorul cuiva din hotel, chiar dacă trebuie să strigi. În acest caz trebuie să raportezi incidentul şefului tău de compartiment (omul în chestiune are nevoie de ajutor şi îl va primi).

Când te întorci la birou, nu-i aminti persoanei ce s-a întâmplat, nici chiar într-un mod amuzant sau încercând să-l tachinezi. Fiind un incident întâmplător, nu trebuie să te obsedeze. Păstrează ceea ce s-a întâmplat pentru tine, fiindcă altfel, dacă vei relata întâmplarea, s-ar putea transforma într-o bârfă jignitoare care se va întoarce împotriva ta, chiar dacă eşti nevinovată.

Bărbaţii şi femeile ar trebui să se ierte între ei, să uite incidentele izolate şi neplăcute, ca un avans sexual întâmplător făcut sub influenţa „bătrânului demon - alcoolul".

Bineînţeles, nu e vorba despre agresivitatea sexuală, deoarece acel gen de comportament înseamnă avansuri sexuale repetate, însoţite de ameninţări şi corupere şi trebuie tratat cu fermitate, fără diplomaţie şi tact.

Colegii şi partenerii lor de viaţă

Nu este uşor să separi prietenia ta pentru un coleg din corpul executiv de o prietenie cu familia lui, cu toate că unii oameni duc cu succes o viaţă socială complet separată de cea de la birou. În companiile mari, cu cât oamenii muncesc mai greu, cu atât le este mai uşor să-şi organizeze activităţile sociale cu persoane care le sunt colegi în viaţa de afaceri. Soţiilor le este uşor să fie sociabile cu partenerii soţilor lor, cu condiţia să aibă aproape aceeaşi vârstă, să provină din acelaşi mediu şi să aibă aceleaşi interese. Când ceva, bun sau rău, afectează partenerul de viaţă al unui coleg, îi afectează şi munca şi tu simţi nevoia firească să-l ajuţi. Când ceva bun i se întâmplă colegului tău, sau partenerului de viaţă al acestuia, simţi nevoia să mergi şi să-i feliciţi pe amândoi. Face parte din natura umană ca veştile, bune sau proaste, privind ceva ce se întâmplă unuia din ei să fie tratate ca privindu-i pe amândoi. Grija ta trebuie să se manifeste printr-un telefon dat soţiei colegului bolnav, spunându-i că eşti alături de ea, sau poţi scrie o scrisoare de felicitare soţiei unui coleg care tocmai a fost promovat.

Când un coleg (sau client) se căsătoreşte

(*vezi capitolul 15* - „Cadouri de nuntă")

Când un partener de afaceri se căsătoreşte, nu este necesar să marchezi momentul anunţului cu un cadou, dar este potrivit să o faci în momentul căsătoriei

printr-un cadou de o valoare corespunzătoare cu importanţa prieteniei tale şi cu condiţia pungii tale. Alegerea unui cadou original, chiar de o valoare mică, poate cimenta o relaţie de afaceri într-un mod semnificativ.

Dacă eşti prietenul intim al clientului sau cumpărătorului, găzduirea unei petreceri, pentru un cuplu proaspăt logodit sau căsătorit, este un gest foarte delicat. Pentru acest gen de petrecere le puteţi cere să pregătească o listă cu prietenii pe care doresc să-i invitaţi. Puteţi să îi combinaţi cu parteneri de afaceri comuni cu ai voştri, precum şi doi sau trei prieteni personali ai dumneavoastră cărora ştiţi că le-ar face plăcere să vină.

Când un coleg se întoarce la serviciu dintr-o călătorie de nuntă, este frumos să găsească pe birou un buchet de flori în semn de „bun venit acasă" sau chiar o sticlă de şampanie. Când închini simbolic un pahar în sănătatea cuiva, îi devii prieten apropiat şi bunătatea ta este, de regulă, răsplătită într-un fel sau altul mai târziu, cu toate că nu asta ar trebui să fie motivul pentru care te porţi drăguţ.

Competiţia dintre soţi

Când soţul şi soţia au avut aceeaşi educaţie şi şi-au început carierele în acelaşi timp, succesul rapid al unuia poate deveni o problemă majoră pentru celălalt. Supravieţuirea căsniciei poate depinde de bunele relaţii dintre soţi, de o atitudine onestă faţă de problemele competiţiei şi de abilitatea şi hotărîrea de a-şi construi o viaţă fericită de familie şi a o menţine, în ciuda unui succes sau a unui eşec individual. Dacă o corporaţie ar putea oferi cadrelor sale executive sfaturi utile, ar fi mult mai valoros dacă ar cheltui banii pentru punerea la dispoziţie a unor sfaturi pentru cupluri. Un partener de viaţă nu trebuie niciodată să vadă, în firma sau corporaţia celuilalt, un adversar.

De asemenea, este important ca prietenii şi colegii unui cuplu să fie atenţi la competiţia dintre soţ şi soţie, fie că lucrează sau nu pentru acelaşi patron. Prietenii trebuie să-şi dea seama dacă soţul şi soţia simt competiţia de la locul de muncă prea aprigă, fiecare la locul lui de muncă. Nu este cazul să se glumească, să se facă haz sau chiar să se discute „care dintre ei este primul". De multe ori oamenii se arată necioplţi şi lipsiţi de tact când, discutând cu membrii unui cuplu din corpul executiv şi sunt în competiţie, pun întrebări de genul:

- Partenerul tău lucrează mai mult ca tine? Acest lucru aduce prejudicii vreunuia dintre voi?
- Te doare când partenerul de viaţă „se scaldă" în lumina reflectoarelor şi i se face publicitate?
- Voi doi sunteţi în competiţie pentru aceeaşi slujbă?
- Cum împărţiţi cheltuielile personale? În funcţie de câştigul fiecăruia, sau cum?
- (Soţiei): Pentru ce nu faci copii, amâni aceasta de teamă să nu rămâi cu mult în urma soţului tău din punct de vedere profesional?
- (Soţului): Ai dori ca soţia ta să-şi părăsească slujba, să stea acasă şi să devină mamă?

Este un gest necugetat să tachinezi un membru al cuplului, sugerându-i că celălalt se descurcă mult mai bine. Oricâtă dragoste şi-ar purta soţul şi soţia, dacă între ei există o competiţie la locul de muncă, cel mai bine este să abordezi numai în particular subiectul privind progresul unuia faţă de celălalt şi să-l feliciţi pe respectivul când nu este de faţă celălalt.

Colegii şi prietenii trebuie să fie grijulii în privinţa unui cuplu căsătorit, având în vedere faptul că fiecare are eul lui separat şi distinct şi că, fiecare în parte, trebuie tratat cu atenţie.

Amabilitatea faţă de un cuplu care face naveta

Creşte permanent numărul cuplurilor care au slujbe importante în diferite oraşe şi deci îşi petrec doar sfârşitul de săptămână şi vacanţele împreună. Desigur, nu de bună voie au ales să fie despărţiţi; de obicei unuia dintre ei i s-a oferit să fie avansat sau i s-a ivit o ocazie care nu putea fi refuzată. În acelaşi timp, celălalt nu putea sau nu ar fi vrut să-şi părăsească propria poziţie. Amândoi au posibilitatea să facă carieră şi nu vor să renunţe. Acest lucru afectează, inevitabil, o relaţie, multe cupluri caută să se adapteze schimbărilor care intervin. Asta nu înseamnă că adaptarea este automată şi uşoară.

Este dificil să fii un navetist căsătorit; este, de asemenea, dificil să fii căsătorit cu un navetist. Asta presupune o cheltuială considerabilă, ca să nu mai vorbim de oboseala călătoriei de la fiecare sfârşit de săptămână. Totodată cheltuiala se face pentru două case, fiecare dintre ele fiind, probabil, mai puţin satisfăcătoare decât ar fi cazul. Şi, partea cea mai tristă, desigur, o constituie singurătatea timp de cinci seri pe săptămână.

Poţi să-ţi manifeşti bunăvoinţa faţă de un coleg navetist invitându-l sau invitând-o (pe el sau pe ea) acasă, în timpul săptămânii, la o cină în familie sau la un prânz la restaurant, de vreme ce acest coleg „singur ca un burlac" s-ar putea foarte bine să nu mănânce cum se cuvine. Invită-l să te însoţească la un cocteil la care vor veni şi oameni pe care îi va găsi interesanţi sau de ajutor în afaceri. (Bineînţeles, îţi întrebi în prealabil gazda dacă este de acord.) Poţi să-i cumperi şi lui un bilet şi să mergeţi împreună la o piesă de teatru, un film sau o manifestare sportivă sau poţi, pur şi simplu, să-l inviţi să vină cu tine acasă, să beţi o bere şi să vă uitaţi la televizor.

O obiecţie: când aranjezi ca prietenul sau colegul tău să se alăture grupului seara, nu-i aranja un *rendez-vous*. Oricât de inocent ar fi planul tău, s-ar putea să dai prilej de bârfă.

Este foarte onorabil să dai o petrecere pentru navetistul căsătorit şi soţul sau soţia lui, la un sfârşit de săptămână, când amândoi sunt în oraşul tău. Oamenii vor putea să-i privească atunci ca pe un cuplu căsătorit şi vor primi şi alte invitaţii pentru sfârşitul de săptămână, când vor fi din nou împreună în oraş. Ei vor începe să devină o parte integrantă a lumii citadine în loc să fie văzuţi ca nişte nomazi, călătorind dintr-un loc într-altul, fără ca cineva să-şi dea seama unde sunt.

Persoanele de conducere şi copiii lor

Femeia însărcinată la locul de muncă

Când o femeie din corpul executiv îşi informează colegii de birou că este însărcinată, ar trebui să facă acest lucru fără zarvă, fără să facă din asta „o cauză celebră". În ceea ce le priveşte pe colegele ei, au responsabilitatea de a nu o „bombarda" cu întrebări. („Intenţionezi să nu mai lucrezi?", „Când te vei întoarce, dacă te întorci?"). Cineva din personal poate fi interesat să-i ia slujba, astfel încât

supoziţiile invidioase despre activităţile ei viitoare pot fi reduse la minimum dacă ea îşi anunţă planurile atunci când le face cunosocută vestea cea bună.

Directorul superior în ierarhie are şi el o răspundere - să nu-i prejudicieze capacitatea de a-şi face meseria din cauza acestui lucru. Conducerea ar trebui să nu mai manifeste tendinţa de stânjeneală când are ca reprezentantă a companiei o femeie gravidă. Femeile gravide care fac parte din cadrele executive, lucrând până în ultimul minut, devin un fapt din ce în ce mai obişnuit în ziua de azi; peste zece ani, nimeni nu va mai acorda importanţă acestei probleme.

Desigur, viitoarea mamă ar trebui să se abţină să discute în birou despre condiţia ei fizică. (Cum s-a exprimat o femeie: „un raport zilnic cu privire la balonări şi varice este îndeajuns să le întoarcă pe femei cu cel puţin trei mii de ani în urmă".) Cea mai mare responsabilitate a gravidei, care face parte din corpul executiv este să se asigure că alţii nu sunt încărcaţi cu sarcini suplimentare din cauza condiţiei sale fizice.

Când o mamă necăsătorită face parte din corpul executiv

O dată cu creşterea numărului de naşteri în rândul celor din categoria profesioniştilor, există şi o creştere a numărului de naşteri la femeile nemăritate, fapt care aruncă un fel de măr al discordiei la locul de muncă.

O colegă de birou necăsătorită, care nu trăieşte cu tatăl copilului ei nenăscut încă, poate încerca multă ruşine şi jenă în suita corpului executivului. Colegii ei de birou ar trebui să aştepte un semn de la ea pentru a deschide o discuţie asupra acestui subiect, apoi să se adune în jurul ei ca s-o sprijine. Bineînţeles că dacă nu a anunţat faptul că e gravidă, dar acest lucru începe să se vadă, colegii ei nu pot continua să simuleze că n-au observat că s-a schimbat ceva în viaţa ei. Dar nici ea nu trebuie să ţină o conferinţă de presă la birou ca să dea de veste tuturor că, măritată sau nu, a început să tricoteze ciorăpei în timp ce-şi face socoteli cum să-şi împartă bugetul. Acesta este momentul prielnic pentru colegii mai apropiaţi să-şi exprime bucuria la vestea ei şi să-i ofere ajutorul lor.

O avocată necăsătorită, însărcinată, mi-a arătat un bilet pe care un coleg i l-a pus discret pe masă. Mi-a mărturisit că a venit la birou de mai multe ori cu ochii înroşiţi de plâns, dar a adăugat cu mândrie că, din minutul în care punea mâna pe clanţă ca să deschidă uşa biroului, nu şi-a arătat niciodată emoţiile. Cuvintele scrise de colegul ei, exprimând înţelegere, au fost primul semn de recunoaştere a sarcinii ei - bineînţeles ceilalţi dintre colegi au fost prea stânjeniţi ca să deschidă o discuţie pe această temă. In bilet scria:

„În general sunt foarte distrat, dar dacă nu mă înşeală vederea, există desigur o rotunjime acolo în faţă care nu a fost înainte şi pare să crească în fiecare zi. I-am spus soţiei mele Marge despre acest lucru, noaptea trecută, şi, cum amândoi iubim copiii, am închinat imediat un toast în cinstea celui nenăscut. Ne bucurăm pentru tine, dar totodată înţelegem că această perioadă este grea, fiind singură. Vreau doar să ştii că mă ai în preajmă dacă ai nevoie de vreun «sfat patern» şi Marge şi cu mine ţinem maşina cu rezervorul plin ochi şi motorul în stare de funcţionare, să te ducem la timp la spital.

Doar aminteşte-ţi că noi amândoi suntem aici zi şi noapte. Vorbim serios".

Era un bileţel, dar efectul salutar care l-a avut asupra destinatarei a fost incomensurabil.

Felicitări pentru o mamă din corpul executiv

(*vezi şi capitolul 15* - „Pentru oameni şi ocazii speciale")

Dacă o colegă cu care lucrezi naşte, este necesar să o feliciţi cumva, fie prin trimiterea de flori mamei (sau tatălui pentru acea ocazie), fie un mic cadou bebeluşului, fie un bilet scris de mână sau o carte de vizită a companiei pentru noii părinţi.

O instruire în privinţa nou-născutului este de mare ajutor părinţilor care sunt în aşteptarea lui şi constituie un lucru care demonstrează atenţia şi grija colegilor de birou (evident a femeilor). O asemenea instruire fiind cu caracter personal, nu se organizează în timpul orelor de serviciu şi nu trebuie să se desfăşoare în birou, fiind ceva pur personal. Oh-urile şi ah-urile în legătură cu darurile pentru bebeluş, indiferent cât de mult iubesc unii oameni copiii, nu ţin de comportamentul membrilor unui corp executiv şi niciodată nu se vor pronunţa asemenea exclamaţii în biroul unui cadru executiv şi nici oriunde în cadrul serviciului.

Când este adoptat un copil

Când un coleg de serviciu sau partenerul acestuia adoptă un copil, cei din corpul executiv trebuie să trateze aceste veşti fericite cu exact acelaşi entuziasm cu care ar trata o naştere - incluzând, bineînţeles, felicitările şi oferirea de cadouri. Este o ocazie de bucurie pentru toţi.

Eticheta privind o tânără mamă din corpul de conducere

Este important de ştiut că o persoană din corpul executiv fericită este şi productivă. Şi deşi conducerea se poate simţi înşelată într-o anumită măsură de o femeie în perioada precedentă naşterii, după naştere sau după ce a înfiat un copil, când aceasta se întoarce la serviciu este de obicei foarte muncitoare, mulţumită şi cu o atitudine care stimulează întregul personal din birou.

Cu toate că este dificil să-şi controleze bucuria şi entuziasmul, este important pentru noua mamă să fie capabilă să-şi focalizeze conversaţia asupra altor subiecte decât copilul ei. Sunt suficiente numai nişte fotografii recente cu bebeluşul puse pe birou, un zâmbet larg ori de câte ori se vorbeşte despre copil şi o scurtă descriere a micuţului.

Femeia din corpul executiv reîntoarsă la serviciu trebuie să fie sensibilă la cantitatea de muncă ce trebuie efectuată, precum şi la orice fel de muncă suplimentară pe care absenţa ei ar fi putut-o crea, inclusiv la greutăţile întâmpinate de colegi datorită acestei situaţii.

Trimiterea unei scrisori de înştiinţare partenerilor de afaceri

Nu este indicat să trimiţi scrisori de anunţare a unei naşteri sau adopţii prin corespondenţa de afaceri, exceptând acei clienţi şi cumpărători care sunt şi prieteni personali apropiaţi. A trimite o înştiinţare despre naştere cuiva care nu-ţi este prieten apropiat, este ca o cerere ocolită de a-ţi face un cadou, noii părinţi nevoind nici de departe să dea o asemenea impresie.

Comportamentul colegilor în cazul pierderii unei sarcini (a unui avort)

Când o femeie pierde o sarcină sau face un avort este important să nu i se pună întrebări. Subiectul nu poate fi trecut complet sub tăcere, în special de colegele ei. Singurul mod în care te poţi referi la aşa ceva în mod diplomatic este ceva de genul: „Ţi-am simţit lipsa pe aici de câteva zile. Sper că te simţi bine" sau „Mi-ar face plăcere să mergem la un restaurant specializat în «prânzuri care înveselesc»". Dacă la prânz, în timpul acelei mese, te găseşti în postura de ascultător şi dacă ea are încredere în tine, ţine minte că ţi-a făcut o confidenţă şi nu ţi-a dat o informaţie care să fie răspândită la birou.

De câte ori se întâmplă ceva, bun sau rău, copiilor oamenilor cu care lucrezi, trebuie să reacţionezi într-un fel, chiar dacă doar prin scrierea unui bilet. Este o dovadă de răceală să ignori veştile care au impact cu viaţa personală a unui asociat. Există numeroase moduri, prin mici gesturi, pe care le poate face cineva, pentru a primi bine o femeie sau un bărbat care revine la serviciu după un incident dureros. O micuţă vază cu flori lăsată pe birou, două bilete la o comedie, o cărticică amuzantă - toate acestea sunt exemple de gesturi de prietenie pentru cineva care se simte trist şi demoralizat.

Eticheta în cazul divorţului cuiva din birou

Trauma divorţului, pe lângă faptul că o face pe persoana implicată să se simtă dezorientată şi deprimată, afectează şi calitatea, performanţa muncii cadrului executiv. Ca rezultat, companiile găsesc că este mult mai eficace să asigure plata unor servicii de sfaturi calificate, pentru orice angajat care divorţează. Este un lucru cunoscut de toţi că munca este cea mai bună terapie în timpul unei dificultăţi emoţionale cum e divorţul. Este de datoria companiei şi a colegilor persoanei respective să o ajute să poată munci.

Femeile, în special, au sentimentul de izolare, de eşec şi teamă de viitor. Şedinţele de discuţii, de informare, organizate pentru cele recent divorţate, conduse de un cadru calificat, au fost apreciate ca extrem de eficiente.

Când o persoană trece printr-un divorţ dificil, colegii săi ei trebuie să se unească repede în juru-i. Cel care este în divorţ trebuie să-şi amintească, totuşi, următoarele reguli:

- nu trebuie să admită ca munca să sufere din cauza problemelor emoţionale pe care le are;
- este într-adevăr foarte important să arate clar colegilor dacă trăieşte doar separat de soţ sau dacă divorţul s-a pronunţat. Trebuie, de asemenea, să explice clar membrilor conducerii cu care are o colaborare apropiată sau pe care îi frecventează ce statut social are acum. Cu cât îşi lasă colegii mai mult timp fără nici o explicaţie, cu atât mai mult dă ocazia bârfelor fără rost;
- nimic nu este mai plictisitor decât o lamentare fără sfârşit. Nimeni nu trebuie să se lase atât de absorbit de problema divorţului încât să nu vorbească decât despre el;
- dezvăluirea unor detalii foarte intime demonstrează o lipsă de gust. Persoana care divorţează nu trebuie să divulge termenii necinstiţi de fixare a pensiei alimentare, greutăţile prin care a trecut pentru obţinerea tutelei etc. Cu astfel de probleme nu face decât să-şi stânjenească interlocutorul;

- nu trebuie să le ceară prietenilor „să-l ajute cu ceva" înainte de a se pronunţa divorţul;
- nu trebuie să insiste ca vreunul din colegi să îl scoată din viaţa lui pe fostul partener datorită neloialităţii lui în căsnicie - ar fi un semn de meschinărie deplasată;
- îi poate informa pe prietenii de afaceri foarte apropiaţi, care-i cunosc statutul social şi care trăiesc în afara oraşului, printr-o scurtă scrisoare, despre planurile de divorţ. (De un extrem prost gust este trimiterea unui anunţ de divorţ tipărit sau gravat!).

Colegii şi asociaţii în afaceri ai persoanei care divorţează trebuie să-şi amintească faptul că:

- aceasta are nevoie de un sprijin moral suplimentar în această perioadă dificilă, dar atât el cât şi ea nu trebuie trataţi ca fiind bolnavi în ultimul hal!;
- nu trebuie să pună întrebări indiscrete şi de mare intimitate cum ar fi: „Ai obţinut copiii?", „Cât este pensia alimentară pe care trebuie să o plăteşti?" sau „Ce pensie alimentară vei primi?";
- nu trebuie să încerce să facă pe peţitorul până după pronunţarea divorţului şi până când cel în cauză nu este pregătit să-şi caute un alt partener. Cel mai bun lucru de făcut în acest sens este să inviţi persoana divorţată la cină şi să o întrebi: „Ţi-ar plăcea să invităm pe cineva pentru tine?" sau „Ţi-ar face plăcere să-ţi prezentăm o persoană drăguţă?";
- chiar şi în încercarea de a înveseli pe cineva trebuie evitate remarcile lipsite de gust cum ar fi: „Eşti liber acum?" sau „Cât mi-aş dori să fiu în locul tău!".

Când un coleg de birou rămâne văduv

(*vezi şi capitolul 13* - „Când moare un cadru executiv")

Când un coleg îşi pierde partenerul de viaţă trebuie să-l sprijini moral nu numai în timpul înmormântării, dar şi mult timp după aceea. Adevărata durere a pierderii soţului loveşte cu putere, deseori la câteva luni după moartea lui, în momentul în care majoritatea prietenilor şi asociaţilor au ajuns la concluzia că cel rămas singur „se descurcă bine acum" şi nu mai sunt atât de atenţi. Persoana în cauză poate să nu fie încă restabilită. O adevărată compasiune şi adevărata prietenie este să inviţi persoana respectivă în cursul anului cu diverse ocazii: la masă de sărbători, la excursiile din timpul weekend-urilor sau altceva care să fie în ton cu afinităţile lui culturale şi sportive.

Aproape întotdeauna trebuie să-ţi dai seama când un văduv sau o văduvă este gata să reia viaţa normală dând semne despre aceasta în discuţiile din birou. Deci poate fi timpul să inviţi la cină pe cineva care i-ar face plăcere văduvului sau văduvei să-l întâlnească sau cel puţin să-i vorbească o seară. Depinde de tine să găseşti pe cineva potrivit şi care este o prezenţă plăcută. Organizează o seară relaxantă la care să participe doar câţiva oaspeţi de calitate şi cu o conversaţie bună, astfel încât cei doi să nu simtă vreo presiune. Nu-i trata ca pe nişte posibili amanţi, ci mai degrabă ca pe doi amici din grupul tău. Chiar dacă nu se vor mai întâlni niciodată după petrecerea ta, se vor simţi bine şi aceasta este suficient. Data viitoare încearcă să inviţi pe altcineva dacă prima dată nu s-a stabilit relaţia scontată. Treptat, prietenul tău se va obişnui din nou cu „anturajul" şi cu aspectul social al întâlnirilor şi al vieţii personale, de care el sau ea uitase. După câţiva ani de căsnicie, a-ţi da întâlnire cu cineva este o experienţă pe care trebuie să o înveţi din nou.

3

Informaţii despre executiv

Cu cât sunt mai multe terminale de computere care împestriţează peisajul biroului, cu atât este mai importantă comunicarea dintre membrii corpului executiv. Felul în care scriem şi ne vorbim unii altora, timbrul vocilor noastre, felul în care ne alegem cuvintele şi tonul comunicărilor noastre scrise ne pot consolida sau distruge carierele, companiile şi negocierile cu semenii, cu cei din subordinea noastră, cu şefii, cu clienţii, cu furnizorii şi cu publicul - cu fiecare din cei ce sunt în legătură cu viaţa noastră de afaceri.

Cu cât sunt mai mari progresele tehnologice, cu atât va fi mai necesar ca vocea umană să poată convinge, să calmeze, să laude şi să încurajeze. Ca un exemplu, gândiţi-vă la modul în care foloseşte Ronald Reagan limbajul pentru a-i aduce pe alţii la părerea sa.

ARTA CONVERSAŢIEI

Cum pari lumii din afară

Nu se poate vorbi cu adevărat despre o prezenţă eficace fără o voce cultivată. Felul în care comunici cu ceilalţi este aproape tot atât de important ca şi contextul mesajului tău. O scrisoare trebuie scrisă folosindu-se cuvinte adecvate şi într-o

caligrafie deosebită (sau curat dactilografiată), pe o hârtie de bună calitate. O conversaţie trebuie condusă utilizând cuvinte alese, cu o voce plăcută şi cu o modulaţie potrivită situaţiei.

Maniera în care faci o comunicare verbală constituie o parte importantă a imaginii şi prezenţei tale în calitate de cadru de conducere. Poţi să ai un coeficient de inteligenţă excepţional şi să fi absolvit facultatea *summa cum laude* şi totuşi să nu fii în stare să-ţi expui ideile cu succes în sala de conferinţe semenilor tăi şi colectivului de conducere. Poţi fi extraordinar de competent în mânuirea investiţiilor tale, până la performanţa de a fi ajuns bogat şi, totuşi, să continui să fii considerat un partener nedorit la o masă, de către oamenii pe care îi admiri cel mai mult, dacă nu ai la îndemână o serie de subiecte de discuţie interesante.

Pentru mulţi oameni a vorbi în public este foarte dificil. Un raport al companiei Communispond Inc. (companie care instruieşte personalul de conducere cum să se prezinte în public) evidenţia faptul că 19% dintre americanii testaţi se temeau de moarte, în timp ce 41% dintre ei se temeau să vorbească în public. O voce bună şi puternică este o adevărată comoară pentru un director, ea constituind şi o importantă unealtă socială. Oamenii te judecă după ceea ce spui şi după cum o spui. Este înţelept să cunoşti diferitele elemente care compun actul comunicării.

O transmitere a mesajului tău, încununată cu succes, chiar dacă ţii un discurs sau încerci să convingi pe cineva din faţa ta (în timpul unei discuţii la masă, sau al unui prânz) să te angajeze sau să cumpere produsul companiei tale, depinde de:

- un bun timbru vocal;
- folosirea atentă a vocabularului;
- o ţinută potrivită în timp ce vorbeşti;
- şi, desigur, limpezimea gândirii.

Calitatea vocii tale

E posibil să nu ştii de fapt cum sună vocea ta. Un mod de a te asculta este să te înregistrezi în timp ce vorbeşti, când nu eşti conştient de acest lucru. Pune un casetofon aproape de tine, pe birou şi înregistrează-ţi convorbirile telefonice sau discuţiile cu personalul. (Imprimă doar atunci când vorbeşti tu. Unii oameni sunt susceptibili la ideea de a fi înregistraţi.) În curând vei uita că acel casetofon este acolo. Ia caseta acasă şi ascult-o din nou când ai timp liber. Dacă vocea ta trebuie să fie şlefuită, tu eşti primul care îţi dai seama de acest lucru. Ascultând o casetă cu propria-ţi voce este ca şi cum te-ai contempla într-o oglindă nemiloasă şi neîndurătoare.

Vocea ar trebui să se potrivească cu statutul profesional

Vocea unei persoane din corpul executiv ar trebuie să se potrivească cu demnitatea şi statutul ei profesional.

Vocea care nu corespunde statutului profesional al unei persoane din corpul executiv	*Vocea bună care corespunde statutului profesional al unei persoane din corpul executiv*
• Are regionalisme puternice, astfel încât cineva ştie imediat din ce parte a ţării vine persoana	• Nu are un accent specific (vorbitorul ar putea fi din orice parte a ţării)
• Are un ton aspru, care este tăios şi insuportabil	• Este puternică, ceea ce denotă autoritate
• Este precipitată, denotând indecizie şi nelinişte	• Reflectă o respiraţie corectă, cu aspiraţii scurte din diafragmă, astfel încât respiraţia este bine susţinută
• Are o voce piţigăiată, astfel încât persoana pare imatură sau extrem de nervoasă	• Are o intensitate joasă, confortabilă pentru aproape tot ce spune, făcând-o să pară foarte sigură de ceea ce spune
• Se transformă într-un ton inexpresiv, uniform, care este politicos, dar nedesluşit	• Are un ton cald emoţionat, în special atunci când se simte entuziasmată de ceva
• Pare nazală	• Pare vioaie
• E comună	• Este distinctă
• E greu de înţeles fiindcă persoana înghite cuvintele	• Este uşor de înţeles pentru că vorbitorul pronunţă corect
• Este ori prea rapidă ori prea înceată. Când este prea rapidă, nimeni nu poate urmări tot ceea ce spune vorbitorul; când este prea lentă, el îşi pierde ascultătorii care devin nerăbdători	• Are o inflexiune bună, care se schimbă din când în când astfel încât să nu pară monotonă
• Vorbeşte fie prea încet, fie prea tare	• Are un volum adecvat

Relaţia dintre voce şi vocabular

În situaţia în care un membru al corpului executiv are o voce bună, indiferent dacă realizezi sau nu, alegerea cuvintelor influenţează timbrul său vocal. Un vocabular potrivit ajută o persoană să poarte o discuţie interesantă şi să comunice clar ceea ce doreşte. Acest lucru afectează şi calitatea vocii sale într-un mod pozitiv.

Limba engleză are multe sunete frumoase. Un director care foloseşte cuvinte sofisticate, dar melodioase face un efort pentru a le pronunţa corect. Un vocabular bogat sună plăcut la ureche şi face ca vocea să fie atractivă. O persoană care foloseşte cuvinte alese într-un mod potrivit te face să vrei s-o asculţi.

O voce cultivată implică un vocabular cultivat

Contrar a ceea ce cred unii oameni, o voce cultivată nu-i unul şi acelaşi lucru cu accentul „din Est". Cine împrumută acest accent (parţial britanic, parţial sunete nedesluşite şi cuvinte neterminate) cu siguranţă nu are o pregătire solidă. Locust Valley, Long Island State (cu proprietăţi întinse şi oameni foarte bogaţi) au furnizat nume cărora oamenii din Est le-au dat un accent fals: Locust Valley Lockjaw. (Din fericire, foarte puţini oameni vorbesc astfel în Valea Lăcustei.)

În realitate o voce cultivată trebuie:

- *să nu aibă un puternic accent regional,* cum s-a specificat înainte;
- *să folosească numai formele gramaticale corecte;*
- *să se evidenţieze prin lipsa limbajului trivial.* Am auzit constructori şi mineri folosind un limbaj mult mai bun decât poate fi auzit astăzi în suita multor cadre executive de prima clasă. Tinerilor absolvenţi ai cursurilor de directori din administraţia afacerilor (MBA) li se pare normal să spună „rahat" sau „la dracu" de fiecare dată când sunt uşor iritaţi de ceva. Nu este în regulă. Aceasta pătează imaginea companiei lor şi reprezintă cea mai oribilă poluare sonoră.
- *să nu folosească poreclе peiorative niciodată* când se referă la oameni de altă naţionalitate sau religie. Oamenii care folosesc termeni urîţi, respingători, ca „dago" (termen de dispreţ pentru un locuitor din sudul Europei: portughez, spaniol, italian), „coon" (negru de rea credinţă, raton - într-un limbaj argotic, cu tentă de dispreţ) şi „kike" (termen peiorativ pentru evrei, similar celui de jidan în limba română), practică o formă perfidă de xenofobie şi discriminare. Cuvintele pe care le folosesc vor distruge complet orice impresie de rafinament, cultură şi educaţie de care ar fi putut da dovadă.
- *să pronunţe toate cuvintele corect;*
- *să nu folosească fraze stereotipe care se repetă* (de exemplu: „Înţelegi ce vreau să spun?", „Nu este aşa?" sau pur şi simplu „Ştii?");
- *să nu folosească argoul obişnuit.* De exemplu, să-ţi începi fiecare propoziţie cu „Deci" care este absolut incorect. La fel de greşite sunt şi exprimările de genul „M-am pus pe aerobică" sau „M-am pus pe gătit". Lucrurile trebuie să fie numite cu numele lor adevărat. Lichiorul este lichior şi nu „şnaps". Banii sunt bani şi nu „parale" sau „bişţari". O femeie este o femeie şi nu „o bucăţică".

Când părinţii încearcă să se ia la întrecere cu argoul copiilor (adus acasă de la şcoală sau de la colegiu), gândindu-se că este un mod de vorbire tinerese, original, sună mult mai rău decât în gura tinerilor. Îmi amintesc atât de bine când am început să folosesc termenul, „prostii" luat de la copii mei, în propria mea conversaţie. Clare, fiica mea din clasa a VIII-a, m-a oprit, făcând observaţia că era, într-adevăr, vulgar pentru o persoană mai în vârstă să încerce să vorbească asemenea tinerilor.

- nu folosiţi exprimări ca *îhî, na, aha* şi *iuhu* în semn de acord sau dezacord. Aceste cuvinte nu fac parte chiar din argou, ci sunt exemple clasice de limbaj incorect, izvorând din lenea de a vorbi.

Un obicei al tinerilor, deosebit de supărător, este de a termina orice frază, care nu este o întrebare, cu „e în regulă" (O.K.). Acest „O.K." a devenit un tic în limba noastră vorbită de astăzi, dar nu-şi are locul într-o vorbire cultivată.

Un limbaj adecvat al gesturilor face parte dintr-o vorbire corectă

Nu poţi să scapi de importanţa limbajului propriilor tale gesturi, pentru că el începe din clipa când întâlneşti pentru prima oară pe cineva şi dai mâna cu el.

Limbajul gesturilor este un lucru individual. Cineva care are o puternică personalitate şi este agresiv se va apleca destul de normal peste masa din sala de conferinţe şi va face gesturi ample cu mâinile pentru a-şi întregi mesajul. O persoană care este în mod normal timidă şi modestă, dacă se apleacă dintr-o dată deasupra mesei şi începe să gesticuleze semnificativ, provoacă o impresie mult mai puternică.

Există anumite aspecte ale limbajului gesturilor care privesc totuşi pe fiecare dintre noi. Iată câteva:

- când dai mâna cu cineva, trebuie s-o faci cu fermitate;
- când cineva vorbeşte, ar trebui să-l asculţi cu atenţie şi să nu te arăţi dezinteresat;
- când cineva vorbeşte, ar trebui să-l priveşti direct în faţă şi să nu-ţi laşi privirea să alunece prin cameră;
- când vrei să-ţi impui punctul de vedere, trebuie să stai în picioare cât mai drept şi să pari absorbit de problemă;
- când stai jos, trebuie să-ţi ţii picioarele liniştite; nu trebuie să-ţi tot pui picior peste picior şi să tot revii la poziţia normală;
- ar trebui să-ţi reţii neastâmpărul mâinilor şi al degetelor. Nu trebuie să baţi ritmic în masă;
- o femeie nu ar trebui să stea într-o poziţie provocatoare. (Nu trebuie să explic poziţia aceasta. O femeie care stă jos sau în picioare în felul acesta îşi dă întotdeauna seama de efectul unei asemenea poziţii provocatoare.)

Limbajul gesturilor este la fel de important şi când vorbeşti în public. Specialiştii în modul de comunicare te învaţă, în timpul instruirii, cum să te adresezi unui public, reamintindu-ţi să stai drept, să nu te apleci peste tribună şi să nu-ţi petreci vremea jucându-te cu degetele, cu ochelarii sau cu o agrafă de prins hârtii.

Atitudinea şi limbajul membrelor tale, în timpul discuţiei, semnalează celeilalte persoane că te interesează şi vrei să comunici cu ea sau pot semnala contrariul. Dacă te înfuzi în scaun, cu picioarele întinse în faţă şi mâinile împreunate pe burtă, poţi crede că doar te relaxezi, gustând confortul, însă prin aceasta îi dai de înţeles celeilalte persoane că nu este îndeajuns de importantă ca să-i acorzi atenţie. Chiar dacă asculţi fiecare cuvânt pe care-l rosteşte, corpul tău îi sugerează celeilalte persoane că nu eşti implicat activ în discuţie.

Vocea ta nu sună bine când stai cocoşat. Respiraţia nu-ţi poate susţine tonalitatea vocii, dacă corpul tău nu este măcar parţial drept. Dacă nu stai în picioare când vorbeşti cu o altă persoană, vocea ta va fi fadă şi ţinuta ta va da de înţeles că nu-ţi pasă cu adevărat de ceea ce spui.

Dacă vorbeşti cu o altă persoană şi vrei să-ţi atingi scopul, ţine minte că atenţia celeilalte persoane va fi distrasă dacă îţi schimbi permanent poziţia şi dacă repeţi anumite gesturi cu mâinile sau manifeşti vreun tic nervos.

Când eşti aşezat, drept, dar nu rigid, sau când stai în picioare, oamenii te ascultă pentru că ţinuta ta le spune că ai ceva de comunicat care merită să fie reţinut.

Cultivarea vocii şi limbajului

În această ţară există un număr extraordinar de mare de posibilităţi la dispoziţia acelora care au nevoie de ajutor în dobândirea unei voci mai bune sau în formarea unui mod degajat de adresare când vorbesc în public. Specialiştii folosesc tot felul de instrumente şi casete video pentru înregistrarea şi analizarea sunetului.

Pentru probleme de voce

- Asociaţia americană pentru pronunţie, exprimare şi asimilare oferă o listă de persoane, experte în arta de a vorbi. În prezent, în Statele Unite există peste 35 000

de asemenea specialişti, inclusiv celebrul doctor Morton Cooper din Los Angeles, care pretinde că se comite „o sinucidere vocală" când continuăm să folosim o voce care prezintă deficienţe. El susţine că o persoană din corpul executiv poate să depăşească multe probleme de afaceri, găsind şi folosind vocea potrivită.

- Există instituţii de învăţământ şi magazine care oferă informaţii, diferite aparate şi tot ce poate să ajute oamenilor cu probleme privind vocea.
- Profesori universitari specializaţi în vorbire îndrumă, prin conferinţe şi diverse întâlniri particulare, pe membrii corpului executiv care au nevoie de ajutor.
- Unii membri ai grupurilor locale teatrale sunt special calificaţi să-i ajute pe cei cu probleme de vorbire.
- Anumiţi terapeuţi, din personalul spitalelor, îşi petrec o parte din timpul lor liber ajutând pacienţii particulari, cu probleme de vorbire.

Pentru vorbirea în public

- Experţi în comunicare (de la liceele şi facultăţile locale) acceptă uneori şi clienţi particulari.
- Există numeroase firme naţionale care dau consultaţii pe probleme de comunicare (cum ar fi Communispond) care pot fi angajate în acest sens.
- Există şi specialişti particulari pe probleme de comunicare în fiecare oraş mare, care-i ajută pe oameni să se pregătească, atât pentru redarea, cât şi pentru obţinerea unei expuneri satisfăcătoare.
- Există specialişti în comunicare şi la televiziune (cum este Jack Hilton, din New York) care-i ajută pe directori să se descurce cu aparatura mass-media electronică.

Cel mai important lucru dintre toate, în probleme de voce, bineînţeles pentru o persoană din corpul executiv, este să ştie când are nevoie de ajutor, el sau asistentul lui. Vocea asistentului, pe care o auzi răspunzând la telefonul unei persoane din conducere, este o oglindă a prezenţei persoanei din conducere însăşi. Aşadar, dacă acea voce nu este tocmai bună, persoana din conducere ar trebui să-i sugereze, cu mult tact asistentului său, să caute ajutor în acest sens spre propriul lui folos. În cazul în care compania nu este înzestrată cu un serviciu ce poate asigura acest gen de ajutor, atunci cadrul de conducere trebuie să plătească pentru a-i asigura asistentului său ajutorul necesar. Până într-atât este de important acest lucru.

Uneori, tot ceea ce trebuie să facă o persoană de conducere şi secretarul sau secretara lui este de a-şi aminti îndemnul doamnei Lily Lodge - o vestită consultantă în domeniul asimilării, din New York: „Gândeşte mai încet şi mai calm când vorbeşti şi nu vei avea probleme".

A fi un bun cozeur

„Un bun cozeur nu este cineva care-şi aminteşte ce s-a spus,
ci cel care spune ceea ce vrea să-şi amintească o persoană".
– JOHN MASON BROWN

Conversaţia este o parte foarte importantă a prezenţei unei persoane din conducere, o piatră fundamentală în comunicarea pe care această persoană o

stabileşte cu auditoriul. O persoană din conducere care se simte la largul ei într-o conversaţie conferă un mare avantaj companiei, pentru că talentul ei contribuie direct sau indirect la realizarea profiturilor. Dacă ea poate conduce conversaţia cu abilitate pentru a explica, a convinge, a îmblânzi, a linguşi, a amuza clienţii sau cumpărătorii, ceea ce reprezintă un şarm social intrinsec, aceasta devine o unealtă pentru a atrage şi a face afaceri.

Arta conversaţiei este aproape le fel de importantă ca şi ceea ce vrei să spui.

Într-un contact de afaceri, conversaţia este precum rama unui tablou. Trebuie să foloseşti arta conversaţiei la începutul şi la sfârşitul discuţiilor, dar în timpul negocierilor propriu-zise, vorbirea trebuie să fie o comunicare clară şi simplă. Discuţia de afaceri nu este ceva nesemnificativ. Pentru a fi atrăgătoare, vorba trebuie să fie bine articulată, clară, directă, energică şi întotdeauna politicoasă.

Acest capitol nu se referă la conversaţia din timpul încheierii afacerii propriu-zise, ci mai degrabă la importanţa socială a discursului care face dintr-un membru al conducerii o persoană a cărei prezenţă este dorită - atât înăuntrul, cât şi în afara biroului - în timpul numeroaselor ocazii când afacerile se îmbină cu circumstanţele sociale. Persoana care se simte în largul ei într-o conversaţie poate folosi acest lucru pentru a lega relaţii personale strânse cu cercul oamenilor de afaceri. Este avantajată prin simplul motiv că se face plăcută oamenilor care vor să o aibă alături şi s-o asculte.

Există câteva elemente de bază care contribuie la succesul unei persoane pricepută în arta conversaţiei. Unul dintre acestea este dorinţa sinceră de a place. Altul este simţul umorului, dând posibilitatea unei persoane să tachineze şi să râdă de alţii - întotdeauna într-o manieră cordială şi binevoitoare - şi să se autoironizeze fără vreo urmă de stânjeneală. Talentul de a-i înveseli pe oameni este un dar, însă, în acelaşi timp, este şi o unealtă în afaceri.

Un bun cozeur este un autodidact, o persoană care depăşeşte cu mult nivelul intelectual cerut de slujba sa! El citeşte ziare şi reviste, reviste specializate de artă şi design decorativ. El poate fi un excelent bucătar şi în stare să poarte discuţii despre mâncare şi vin. El poate fi un pasionat vizitator al muzeelor şi galeriilor sau un amator de operă şi balet. Un bun cozeur este o persoană despre care nimeni nu va spune niciodată: „Nu ştie să vorbească decât despre munca sa". Clare Boothe Luce a definit o dată un bun cozeur ca fiind o persoană „competentă, spirituală, inteligentă şi binevoitoare". Altcineva a descris un bun cozeur ca pe „acela care transformă banalitatea şi lumescul în emoţie şi miracol". Oricum ai privi-o, arta conversaţiei este un mare dar, greu de dobândit.

Banalităţile

Atunci când te întâlneşti cu cineva şi un timp nici unul dintre voi nu spune nimic, când ai parcă limba legată şi partenerul de cină, el sau ea, simte acelaşi lucru, când intervine brusc o tăcere rece în timp ce un grup stă împrejurul unei mese la o conferinţă, aşteptând să înceapă şedinţa, când te afli cu superiorul tău într-o maşină şi tăcerea devine supărătoare - e momentul să recurgi la banalităţi.

Dacă eşti numai cu o singură persoană, gândeşte-te serios să spui ceva. Dacă ai mai întâlnit înainte persoana respectivă, poţi aduce vorba despre un prieten comun:

„Ultima dată când te-am văzut luai prânzul cu Charlie. L-ai mai văzut acum, de curând?"

Sau „Ai aflat că Charlie Brown a fost promovat în funcţia de vicepreşedinte? Nu e minunat?"

Dacă cinezi, întoarce-te spre partenerul de cină şi spune-i ceva pozitiv despre seara respectivă:

„Faptul că am reuşit toţi să ajungem pe viscolul ăsta este un adevărat compliment pentru gazde, nu-i aşa?"

Sau „Este o adevărată desfătare un cocteil ca ăsta, cu carne de crab, nu-i aşa?"

Când eşti în maşină cu superiorul tău, menţionează ceva interesant ce ai aflat în legătură cu cei care sunt în competiţie cu compania:

„Aţi aflat că Heath Co are în perspectivă încă cinci fabrici noi?"

Sau „Prietenii noştri din Wesato sunt foarte nerăbdători; s-ar putea ca întâlnirea să fie ostilă. Ce credeţi că ar trebui să facem?"

Sau comentează un articol pe marginea ştirilor din presa naţională de dimineaţă şi solicită părerea celeilalte persoane.

Dacă sunteţi total blocat şi nu găsiţi nimic de spus, remarcaţi „ceva" cu care este îmbrăcată cealaltă persoană: „Frumoasă cravată, chiar îmi place", sau o femeie poate să-i spună alteia: „Ai o rochie minunată. Mi-ar plăcea ceva asemănător pentru garderoba mea. Poţi să-mi recomanzi un magazin?"(O discuţie despre îmbrăcăminte este indicată la un dineu, atunci când nu a mai rămas absolut nimic de spus.)

Arta de a asculta

Unul dintre cele mai importante secrete ale diplomaţiei este de a te arăta interesat de ceea ce spune cineva, chiar dacă nu te interesează cu adevărat. Tendinţa de a „nu" acorda întreaga atenţie persoanei care vorbeşte este o formă comună de impoliteţe în ziua de astăzi. Probabil că nu prea multe mame ale cadrelor de conducere şi-au educat copiii spunându-le: „Ascultă ceea ce spune el. Fii atent!" În afaceri, nu este numai nepoliticos, dar şi un obicei păgubitor când oamenii nu se ascultă unii pe alţii.

Dacă un vorbitor este considerat plicticos sau întârzie să-şi exprime punctul de vedere sau dacă ceea ce spune nu prezintă interes pentru ascultători, ne pot năpădi gânduri ce devin mai importante în acel moment pentru noi şi nu dăm atenţie celor ce auzim. Pe de altă parte, o persoană politicoasă tratează cu respect pe oricine vorbeşte. Ea ştie că, acordând întreaga sa atenţie vorbitorului, s-ar putea să reţină ceva folositor; chiar şi dintr-o conversaţie aparent nesemnificativă ar putea să înveţe ceva care să aibă importanţă.

Persoanele din corpul executiv care nu-şi ascultă superiorii cu atenţie pierd nuanţe sau semnalări ce ar putea duce la pierderea a milioane de dolari în afaceri. Un bun ascultător îşi aminteşte toate punctele principale ale unei discuţii, după aceea înţelege perfect ce se aşteaptă de la el. Un ascultător bun confruntă impresiile sale privind felul cum arată sau vorbeşte cealaltă persoană cu analiza atentă a ideilor acesteia. Dacă simţi nevoia să-ţi însemnezi anumite lucruri, după o discuţie importantă, însemnările ar putea fi o unealtă de nepreţuit în obţinerea succesului.

Directorii pretind că ei pot spune foarte uşor dacă o persoană tânără a fost atentă şi dacă a ascultat cu seriozitate, după calitatea întrebărilor puse la sfârşitul unei dezbateri şi prin acurateţea cererii unei clarificări a principalelor detalii privind

problemele puse în discuţie. Multe persoane din conducere cu experienţă spun că semnul unei reale maturităţi la un director tânăr este când acesta poate schimba uşor rolul de vorbitor, din timpul unei conversaţii, cu cel de ascultător şi când foloseşte timpul de ascultare pentru a învăţa.

Aptitudini importante pentru o conversaţie

Atributele care caracterizează un bun cozeur sunt numeroase, incluzându-le bineînţeles şi pe acelea de a fi politicos şi de a fi atent cu alţi oameni. O altă importantă cerinţă este inteligenţa. Un bun cozeur:

- *este bine documentat şi poate vorbi despre numeroase şi variate subiecte.* Persoana care nu poate vorbi decât despre afaceri îşi plictiseşte foarte repede chiar şi propriii colegi. Un bun cozeur care participă la o şedinţă de vânzare de utilaje agricole trebuie să poată discuta şi despre politică, ştiinţă şi artă;
- *arată interes faţă de felul în care ceilalţi îşi câştigă existenţa,* condiţiile şi noile direcţii care au fost impuse întreprinderii în care lucrează aceştia;
- *nu ştie absolut tot, dar este la curent cu principalele ştiri din lume;*
- *este în stare să schimbe foarte uşor subiectul discuţiei,* de la condiţia întreprinderilor economice la filozofia budistă Zen, sau de la o plimbare pentru a face târguieli la frumuseţea colecţiei de artă a prinţului de Liechtenstein;
- *se adaptează la persoana cu care vorbeşte,* fie că amândoi aşteaptă să înceapă o şedinţă, fie că aşteaptă să decoleze avionul, sau să ia desertul la banchetul dat de întreprindere. De exemplu, un cadru superior, stând lângă soţia tânără şi casnică a unui angajat din personalul său, ar trebui să facă un efort să-i vorbească despre probleme privitoare la copiii ei şi calitatea şcolilor din regiune; dacă va reuşi să o facă să vorbească, el va găsi subiecte care o vor interesa şi, dacă este şi un bun ascultător, s-ar putea chiar să şi înveţe câte ceva;
- *face declaraţii şi îşi expune părerile bazându-se pe cunoaştere şi experienţă, nu numai pe ipoteze.* Dacă nu este expert într-un domeniu, nu ar trebui să pretindă că este. O persoană poate foarte uşor să ia parte la o conversaţie fără să fie expert, dar este foarte important să nu exagereze în ceea ce priveşte cunoştinţele lui pe tema respectivă. Dacă, de exemplu, vorbeşti cu specialişti în cultivarea orezului din Texas, cea mai potrivită atitudine pe care-o poţi adopta este cea a unei persoane interesate: „De ce câştigă o poziţie atât de bună pe piaţă orezul texan?", „Ce este atât de deosebit la acest orez?". Să nu-ţi fie niciodată teamă să recunoşti că nu ştii un anumit lucru şi să-ţi aminteşti întotdeauna că oamenii sunt flataţi atunci când li se pun întrebări la care sunt în măsură să răspundă;
- *priveşte persoana cu care vorbeşte drept în ochi.* Contactul vizual este foarte important în orice situaţie. Dacă nu te uiţi la o persoană atunci când îi vorbeşti, demonstrezi că eşti stânjenit sau speriat, sau poate ascunzi ceva - şi atunci cu greu poţi crea imaginea unei persoane din conducere pe care doreşti tu s-o impui.

O atitudine detestabilă este aceea când persoana care vorbeşte, aflată pe o anumită treaptă socială, îşi permite să-şi lase privirea să alunece prin încăpere, pentru a vedea cine a mai venit la petrecere. Se uită întotdeauna peste umărul

persoanei căreia îi vorbeşte, urmărind intrarea. Dacă apare o persoană importantă, poţi fi sigur că, sprinten ca un iepure, te va abandona pentru cineva care prezintă mai multă importanţă pentru el.

Să nu te simţi prost. Nici nu se pune problema de a stabili care dintre voi doi este persoana superioară. Un om de bună calitate te priveşte în faţă tot timpul cât îţi vorbeşte, indiferent dacă vă aflaţi în sala de conferinţe sau la un cocteil de afaceri. Îţi acordă o atenţie permanentă - singura care contează.

- *evită să corecteze greşelile gramaticale sau pronunţia altuia în public.* Este umilitor pentru oameni să li se arate propriile greşeli de faţă cu colegii lor. Adevăraţii prieteni îşi ajută colegii în privinţa oricăror dificultăţi de limbă, în particular. Cineva care are probleme serioase de exprimare sau de limbă trebuie să fie ajutat, fie prin frecventarea unor cursuri serale la facultăţile sau liceele din zonă, fie prin lecţii particulare cu un profesor;
- *manifestă interes pentru veştile bune despre colegi.* Când, aflând veşti îmbucurătoare despre unul din colegii tăi, contribui la răspândirea lor, dovedeşti un foarte bun spirit de echipă;
- *nu întrerupe.* Este extrem de nepoliticos să întrerupi pe cineva în mijlocul povestirii sau al expunerii unei idei, chiar dacă acea persoană vorbeşte la nesfârşit şi chiar dacă ştii că ceea ce ai tu de spus este mai important sau cel puţin mai amuzant;
- *discută cu un străin, într-o manieră mai degrabă prietenoasă decât indiscretă.* Un lucru este să întrebi pe cineva, pe care tocmai l-ai cunoscut, dacă compania sa are filiale şi în străinătate şi altul să-l întrebi cât de apropiat este de preşedintele companiei. Când întâlneşti pe cineva, el va fi flatat de interesul pe care i-l porţi, dar păstrează acest interes într-un cadru de referinţă foarte general;
- *acceptă complimentele cu eleganţă.* Nimic nu ruinează o conversaţie mai repede ca refuzul unui compliment care tocmai ţi-a fost făcut. Niciodată să nu dezaprobi ceva frumos care ţi se spune sau care se spune despre tine. Dacă cineva îţi spune: „Jan, ai fost strălucitor în expunerea despre pieţele internaţionale, azi dimineaţă", nu respinge complimentul. Nu spune ceva de genul: „Nu cred să mă fi descurcat chiar atât de bine. Eram prea încordat şi am uitat partea cea mai interesantă din introducere. Puteam, într-adevăr, să mă descurc mult mai bine". Răspunsul tău la un compliment ar trebui să fie: „Ce drăguţ din partea ta să spui aceasta! Îţi mulţumesc foarte mult";
- *ştie cum să facă complimente cu eleganţă.* Un compliment ar trebui să fie un moment deosebit pentru cei implicaţi. Ar trebui să-i facă pe oameni să zâmbească. (Când zâmbesc, veţi observa că vocile lor devin mai animate.) Lauda trebuie făcută cu sinceritate, fără exagerare, dacă nu cumva vorbitorul adoptă un mod inofensiv de zeflemea pentru a lăuda (exemplu: „Bert a făcut o treabă minunată scriind discursul preşedintelui; acum a fost reţinut să se ocupe de toate scrisorile de mulţumire pentru darurile de nuntă ale fiicei preşedintelui!"). Când cineva de la o firmă face o treabă excelentă, indiferent dacă întocmeşte bilanţul anual sau îndrumă redactarea unui raport complicat, acea persoană merită un compliment. Fă-i acest compliment când ştii că îi va face cea mai mare plăcere (de exemplu, când este de faţă un membru al conducerii şi deci poate auzi când îl complimentezi);
- *ştie când şi cum să abordeze subiecte care nu privesc afacerile.* Aceasta cere discernământ în alegerea subiectului discuţiei şi a momentului când poate fi

abordat. Dacă vorbeşti cu cineva serios, preocupat de un subiect anume de afaceri, nu trebuie să întrerupi brusc discuţia şi să aduci vorba despre ceva care nu are nici o legătură cu subiectul iniţial; efectul va fi de dezorientare şi confuzie. Dacă persoana cu care discuţi se întreabă „cât de dezastruos va fi deficitul bugetar luna aceasta", nu este momentul ca tu să începi să vorbeşti dintr-o dată despre câştigătorul trofeului Heisman din anul acesta. Totuşi, dacă stai degajat la o cafea cu persoana respectivă, după întrunire, şi nu discutaţi ceva în mod deosebit, este extrem de potrivit să aduci vorba despre câştigătorul trofeului din anul acesta (presupunând că ea este cât de cât interesată de sport). Este un subiect „bun" şi plăcut de discutat;

- *în timpul unei conversaţii nu exagerează în privinţa propriilor interese.* Nu toată lumea poate fi la fel de interesată de tehnologia computerelor din ultima generaţie. Femeia din cadrul corpului executiv, abia întoarsă din concediul de maternitate, trebuie să îşi dea seama că discuţiile pe care le poartă nu trebuie să se axeze numai asupra noului ei născut. Persoanele din conducere care participă la raliuri, acesta fiind hobbyul lor, trebuie să realizeze că nu e cazul să acapareze orice conversaţie ce nu este legată de afaceri cu discuţii despre maşini. Cu alte cuvinte, o persoană trebuie să-şi trateze cu inteligenţă şi discreţie propriile pasiuni particulare;
- *nu strică plăcerea altuia.* Dacă cineva are nişte veşti nemaipomenite pe care vrea să le împărtăşească celorlalţi, nu încerca să-l descurajezi, chiar dacă ai informaţii ce dovedesc că este un entuziast. Dacă persoana care stă lângă tine susţine cu convingere ceva pozitiv despre economie şi tu nu eşti de acord, nu încerca s-o contrazici de faţă cu toţi. Aşteaptă s-o vezi în particular, pentru a-i spune de ce nu eşti de acord. De faţă cu ceilalţi poţi să faci doar o afirmaţie care dovedeşte că ai o părere diferită, dar nu ostilă sau acuzatoare: „sper din toată inima să ai dreptate";
- *se adresează fiecăruia din grup, nu doar unuia sau alteia.* Dacă toată lumea te ascultă, îndreaptă-ţi privirea spre fiecare dintre cei care îţi acordă atenţie. Nu încerca să ai o conversaţie care îi elimină pe unii ce stau jos sau în picioare, în imediata ta apropiere. Uită-te la fiecare persoană în timp ce vorbeşti; nu discuta ceva cu o persoană din grup care nu are nici o legătură cu ceilalţi (de exemplu, despre o petrecere la care aţi fost invitaţi numai voi doi);
- *ştie cum să facă o persoană timidă să se simtă ca făcând parte din grup.* Uneori este nevoie numai de o singură întrebare pentru a implica în discuţie o persoană timidă. De exemplu, dacă există un chimist care nici nu a deschis gura, probabil din cauza timidităţii, pune-i o întrebare de sine stătătoare în legătură cu chimia, care i-ar interesa şi pe ceilalţi. Cu alte cuvinte, dă-i ocazia să iasă în evidenţă în faţa grupului;
- *îşi dă seama când a început să-şi plictisească ascultătorul.* Chiar şi o persoană care vorbeşte despre meseria sa într-un mod fascinant poate plictisi. Un bun vorbitor simte când se întâmplă aceasta. Dacă observă că atenţia celeilalte persoane se diminuează, ar trebui să schimbe subiectul, să treacă la profesia sau proiectul altcuiva. Nu este dificil să faci această schimbare bruscă. Poţi să spui ceva foarte simplu ca: „Uite, v-am plictisit destul cu încercările şi suferinţele mele. Aş vrea să aflu ceva despre noul echipament de exploatare minieră livrat de compania lui Harry pe piaţă. Este adevărat, Harry. că...?";
- *încearcă să umple golul când se face o pauză jenantă.* Am trecut cu toţii prin momente neplăcute, când întreaga conversaţie încetează şi nimeni nu pare să

ştie cum să o reia. Mai multe perechi de ochi privesc fix podeaua sau afară pe geam. Dacă faci o glumă sau spui ceva banal („Ascultaţi, dau cinci dolari primei persoane care va spune pe de rost, în cinci minute, toate capitalele statelor americane!"), vei deveni pe loc erou. Ai reuşit să diminuezi tensiunea şi conversaţia va începe din nou;

- *manifestă diplomaţie când se întâmplă ca într-o călătorie să aibă foarte mult de lucru, dar are alături o persoană care insistă să discute.* Când ai foarte multă treabă de rezolvat în avion, dar stai lângă un „palavragiu", nu contează de ce sex, apelează la stăpânirea de sine şi la bunele maniere. Răspunde politicos, dar concis la întrebările persoanei respective: „Da, cu siguranţă ai dreptate în privinţa asta". Arată-te absorbit de munca ta şi pe la a patra întrerupere explică-i dilema în care te afli. Arată-i celui de lângă tine tot materialul pe care trebuie să-l studiezi şi explică-i toate problemele la care trebuie să faci faţă. Apoi scuză-te că această sarcină grea te va lipsi de plăcerea de a sta la taifas. Împrumută-i o carte sau o revistă care l-ar putea distra. În timpul mesei arată-i că nu eşti un taciturn şi fă puţină conversaţie. De altfel, este şi foarte greu să te mai poţi concentra asupra muncii tale când ataci bine cunoscutul pui cu orez servit de liniile aeriene.

Subiecte ce trebuie evitate

Există subiecte pe care un bun cozeur nu le abordează:

- *sănătatea ta.* Nimeni nu este interesat de rezultatele analizelor tale medicale, anuale sau de alergiile tale. Dacă cineva te întreabă ce mai faci, răspunde-i „Bine", în loc să-i faci o întreagă cronică despre operaţie ta la gingie, conjuctivita care o ai şi negul de la laba piciorului. Cura ta de slăbire este un subiect chiar şi mai plictisitor;
- *sănătatea altor persoane.* Oamenii care au boli grave, ca de exemplu cancer, ateroscleroză, artrită etc., nu doresc ca boala lor să fie în centrul conversaţiei. Nu saluta o cunoştinţă din lumea afacerilor, care a fost bolnavă, cu o figură îngrijorată, când o vezi. Dacă s-a reîntors la lucru chiar şi cu jumătate de normă, admite faptul că starea lui se va ameliora şi că va fi din nou productiv. Tratează-l ca pe oricine altcineva, nu ca pe cineva care nu poate lucra. Nu-i reaminti tot timpul, nici lui şi nici celorlalţi, prin ce a trecut;
- *subiecte controversate când nu ştii de care parte sunt interlocutorii.* O dată am încercat din greu să opresc o femeie din corpul executiv să ţină o prelegere vehementă pe tema dreptului unei femei de a avorta. Stăteam lângă şeful ei şi ceea ce ştiam, dar ea nu aflase încă, era că soţia şefului iniţiase şi conducea, plină de tenacitate, mişcarea pro-viaţă din acel stat. Dacă nu te afli pe un teren sigur, este mai bine să nu aduci în discuţie subiecte de care oamenii sunt legaţi emoţional - aceasta incluzând religia, problemele de genetică şi războiul nuclear;
- *cât de mult costă lucrurile.* O persoană a cărei întreagă conversaţie revine mereu la cât de scumpe sunt lucrurile, la cât de mult costă cutare sau cutare produs şi ce fel de venit net are fiecare, lasă impresia celui mai grosolan materialism. Nu este treaba nimănui să se preocupe de suma plătită de cineva pentru casă, maşină sau haina de blană. Persoana a cărei conversaţie este presărată cu întrebarea „Cât costă?" îi face pe toţi cei din jurul ei să se simtă

extrem de jenaţi. Reacţia generală a majorităţii oamenilor este aceea de a nu dori să încheie vreo afacere cu persoana respectivă;

- *ghinioanele personale.* Nu încerca să aduci vorba cu un prieten despre vreo mare pierdere pe care a suferit-o, dacă a avut un deces în familie, distrugerea casei, paguba cauzată de o spargere etc. Desigur, dacă victima aduce vorba chiar ea despre aceasta, atunci exprimă-ţi întreaga ta compasiune şi ascultă-o atâta vreme cât doreşte să-ţi povestească. Nu-ţi asuma rol de reporter doar pentru a-ţi satisface propria curiozitate. Deseori, cel mai bun gen de conversaţie pe care o poţi avea cu cineva care a trecut printr-o experienţă nefericită este să-l laşi pe el să vorbească cât de mult doreşte. Aceasta ne aminteşte o altă regulă de bază despre cum trebuie să fie un bun cozeur: „Să ştie să asculte!".

Când discuţi afaceri, abţine-te să inserezi în conversaţie propriile neşanse. Aceasta îi pune pe alţii într-o postură dificilă. Ei nu ştiu dacă trebuie să te compătimească sau nu, deci dacă astfel să continue conversaţia pe acel făgaş, sau dacă să spună pur şi simplu „păcat" şi să continue discuţia despre afaceri.

- *subiecte banale şi plictisitoare.* Întotdeauna să abordezi teme care plac oamenilor şi să nu aduci în discuţie ceva învechit şi care a fost exagerat de dezbătut pe plan naţional sau internaţional. Dacă un dezastru industrial a fost excesiv comentat de mass-media timp de câteva săptămâni, nu aduce vorba despre el decât dacă ai nişte noutăţi pe care nu le ştie nimeni altcineva. Fereşte-te de subiecte care ar putea provoca un oftat interior celor din jur: „Ah, nu, nu, iar despre asta!";
- *povestioare de un gust îndoielnic.* Glumele mai deşucheate pot fi extraordinar de gustate într-un vestiar, dar rareori au succes când sunt spuse în public, într-o companie unde se află bărbaţi şi femei, sau chiar numai persoane de sexul tău. Tendinţa este de a privi persoanele din conducere, care spun constant povestioare murdare, ca pe nişte oameni care luptă împotriva propriilor instabilităţi şi pentru a atrage atenţia într-un mod foarte neatrăgător;
- *bârfe dăunătoare.* Există multe ocazii într-o zi de lucru să instigi sau să repeţi maliţios o bârfă, care s-ar putea să afecteze serios cariera cuiva. Gândeşte-te înainte de a lua parte la bârfă prin a adăuga şi tu ceva sau a o întări, chiar dacă crezi că ceea ce se spune e adevărat. Cel din conducere care-şi apără un coleg, chiar printr-o afirmaţie inofensivă de genul: „Uite ce este, nu cred că eşti cinstit!", dovedeşte că are calităţi de conducător.

Dacă vrei să opreşti bârfa, fii pregătit cu un subiect de conversaţie interesant, pe care-l poţi folosi pentru a îndrepta atenţia grupului spre altceva. Şi, afară de asta, s-ar putea să fie în joc întreaga carieră şi poziţie a unei persoane din corpul executiv.

Întrebări care sunt prea personale pentru a fi puse

Nu întreba:

- prietenul dacă zvonurile că şi-a pierdut slujba sunt adevărate;
- o persoană căreia tocmai i s-a diagnosticat o boală gravă (ca, de exemplu, cancer) dacă ar vrea să discute cu tine despre acest lucru;
- o persoană obeză câte kilograme are; o persoană care are laba piciorului mare ce mărime de pantof poartă; o persoană foarte înaltă sau scundă ce înălţime are;

- pe oricine dacă el sau ea poartă perucă sau meşă, sau dacă şi-a făcut părul permanent;
- un coleg care divorţează, detalii personale, ca, de exemplu: pensia alimentară, înţelegerea asupra proprietăţilor, tutela copilului etc.;
- pe oricine peste 30 de ani, vârsta lui sau a ei;
- pe oricine de ce religie este;
- pe oricine dacă este homosexual sau lesbiană;
- dacă o persoană urmează o terapie;
- dacă o persoană a făcut o operaţie de chirurgie plastică;
- despre viaţa sexuală a cuiva.

Conversaţia când tânărul din corpul executiv este singur cu un cadru superior

Multor tineri din corpul executiv le este frică să fie singuri cu directorul cel mare, în timp ce amândoi aşteaptă avionul la aeroport sau când merg cu limuzina companiei o bună bucată de drum. În loc să se teamă, ei ar trebui să realizeze că aceasta este o ocazie şi să o folosească, nu numai pentru propria punere în evidenţă, dar şi pentru a comunica anumite lucruri care par să nu fi fost aduse niciodată la cunoştinţă directorului superior.

O persoană tânără ar trebui „să fie calmă" şi să nu forţeze conversaţia. Superiorul poate fi obosit sau poate vrea să gândească, preferă să citească ceva sau să muncească. Un tânăr din corpul executiv, vorbăreţ şi entuziast, poate fi exact genul de companie de care *nu* are nevoie superiorul.

Există indicii clare pe care persoana mai tânără ar trebuie să le simtă. Dacă superiorul pare tulburat, pierdut în gânduri, cel mai bun lucru este să nu-l deranjezi. Dacă răspunde la întrebări mecanic, asta înseamnă că nu are dispoziţie de conversaţie. La un moment dat, superiorul va lăsa probabil deoparte ceea ce citeşte şi va adresa el însuşi o întrebare tânărului său însoţitor. Acela este momentul pentru tânăr să răspundă clar şi cu sinceritate. Dacă directorul superior va dori ca acesta să continue, îi va da alt indiciu punând întrebări suplimentare, semn că acum este gata să asculte.

Dacă superiorul este dispus pentru taifas - nu despre ceva serios - tână-rul ar trebui să aibă la îndemână nişte povestioare amuzante (despre ce se întâmplă în biroul său) şi veşti interesante privind concurenţii sau asociaţii în afaceri.

Tânărul din conducere trebuie să discute despre ceea ce-i sugerează şeful, adică să se refere la ce se întâmplă în interiorul companiei ori, în mod special, la munca lui, sau să vorbească despre orice în afară de afaceri. De acest lucru îşi poate da seama după genul de întrebări care îi sunt puse. Dacă şeful îl întreabă despre meciul de squash (joc cu mingi, asemănător tenisului), nu este momentul să aducă în discuţie noile sisteme de informaţii care nu funcţionează atât de bine pe cât ar trebui.

Afaceri şi sporovăiala

Sporovăiala în afaceri este exact acea conversaţie lipsită de importanţă, care umple momentele de lâncezeală în discuţiile individuale, când oamenii vor să se relaxeze şi să le treacă timpul fără să facă vreun efort intelectual. O persoană care

ştie cum să sporovăiască are un talent folositor. Îl poate folosi pentru a umple momentele de tăcere, apăsătoare, pentru a-i face pe oameni să se simtă în apele lor când nu se cunosc şi încearcă din greu să-şi formeze o părere unul despre celălalt, sau să diminueze tensiunea într-o conversaţie. Poate folosi acest talent pentru a încânta pe cineva sau pentru a-şi etala simţul umorului.

Dacă s-a discutat toată dimineaţa despre comerţ şi cineva, în timpul prânzului, aduce vorba despre hocheistul care a recurs, noaptea trecută, la trei şiretlicuri, aceasta este pălăvrăgeală. Când un grup a parcurs planul final al bugetului şi la pauză un director îl tachinează pe altul spunându-i că "seamănă mai mult cu prinţul Charles, în ţinuta sa zilnică, pantofii maro din piele de căprioară, cravata cazonă şi costumul la două rânduri de nasturi", aceasta înseamnă vorbărie.

Este bine să ai propriul tău dosar cu informaţii privitoare la oamenii pe care îi întâlneşti, impresiile proprii despre fiecare persoană, începând de la felul în care arată şi ce poartă până la ce spune şi ce spun alţii despre ea. Când întâlneşti pe cineva poţi să culegi numeroase informaţii preţioase. O persoană din grup poate să-şi amintească prieteniile din timpul şcolii şi aşa vei afla că noul venit a urmat cursurile unui anumit colegiu. S-ar putea să menţioneze câte ceva despre copiii săi, noua sa sarcină de proiect, o călătorie de afaceri pe care tocmai a încheiat-o etc. Şi astfel îţi îmbogăţeşti banca de date despre persoana respectivă. Apoi, dacă vei avea ocazia să mai vorbeşti cu acea persoană, la o viitoare întâlnire, poţi găsi mult mai uşor subiecte de discuţie, de interes comun.

Cu cât te simţi mai în largul tău într-o conversaţie, cu atât îţi este mai uşor să sporovăieşti. Este o metodă bună de a te descurca în situaţii critice, ca atunci când eşti aşezat la cină între doi oameni pe care nu i-ai întâlnit niciodată, de care nu-ţi pasă dacă îi vei mai întâlni din nou şi cu care nu ai absolut nimic în comun, în afară de faptul că lucraţi, întâmplător, în aceeaşi companie sau ramură industrială. Când te afli într-o astfel de situaţie, fii pregătit să alegi dintr-o varietate de subiecte de conversaţie unul care trebuie să atingă coarda sensibilă. Fii sigur că acestea sunt subiecte pe baza cărora poţi purta o discuţie pe parcursul întregii mese. Aproape orice este potrivit pentru sporovăială; de exemplu:

- grădinăritul;
- cele mai recente preluări de serviciu ale corporaţiei;
- noile descoperiri în ştiinţă;
- noile jocuri de salon;
- următoarea olimpiadă;
- modalităţi de a te lăsa de fumat;
- femeile astronauţi;
- foametea în lume;
- programe de nutriţie şi adaptare;
- capriciile modei;
- proprietarul şi tendinţele proprietăţii imobiliare;
- cărţile de succes;
- ce ai pune astăzi într-o navetă care ar călători în cosmos;
- schimbările intervenite în relaţiile bărbat-femeie;
- ştirile privind arta locală performantă;
- animalele favorite;
- problemele mediului;
- arta culinară rafinată;

- expoziţii recente;
- locuri favorite prin care ai călătorit şi experienţe plăcute.

Multor oameni le place să-şi exprime opiniile: despre ultimele filme care rulează; despre spectacolele de televiziune şi interpreţi; despre problemele naţionale la ordinea zilei; tendinţele în ramura lor/a ta industrială; soluţii la problemele locale cum sunt irosirea spaţiilor, repartiţii de case şi şcoli; despre artă, sport şi alte subiecte de conversaţie pentru care mulţi dintre noi au preferinţe sau diverse opinii.

Fii atent la interesele partenerului tău de prânz sau de cină. Dacă este posibil, fă o mică cercetare înainte şi încearcă să conduci discuţia oferind tu însuţi câteva păreri stimulatoare. Dacă majoritatea oamenilor au urmărit la televizor un serial sau o manifestare sportivă importantă, probabil că vei avea sorţi de izbândă dacă aduci în discuţie această temă. Din comentariile care vor fi făcute îţi poţi extrage indicii şi despre celelalte subiecte care-l interesează pe partener, indicii ce pot ghida o conversaţie foarte reuşită.

Departe de a fi trivială, sporovăiala este o modalitate de a cunoaşte pe alţii. Te ajută să câştigi popularitate şi prietenia colegilor şi, de asemenea, să urci pe scara ierarhică puţin mai repede.

Imoralitatea trasului cu urechea

Pentru că lumea afacerilor este într-adevăr o lume mică, sunt frecvente ocaziile când se poate trage cu urechea: în aeroporturi, restaurante, în trenurile care circulă la periferia oraşului etc. A trage cu urechea înseamnă să încalci atât codul eticii, cât şi Regula de Aur.

Dacă se întâmplă să stai lângă nişte oameni ale căror voci le auzi clar şi ei discută despre ceva care te priveşte pe tine şi compania ta, opreşte-i calm, politicos şi repede. Explică-le că lucrezi în compania cutare şi cutare şi că ar fi de preferat ca ei să vorbească pe un ton mai scăzut sau să schimbe subiectul. Îţi vor fi recunoscători.

Cel care trage cu urechea este de obicei prins, într-un fel sau altul. Aceasta este o situaţie în care trebuie să domine un simţ al moralităţii. O conversaţie pe care n-ar trebui s-o auzi din întâmplare trebuie să o opreşti sau să îţi schimbi locul, să te îndepărtezi de cei care o poartă.

Conversaţia la petrecere şi conversaţia la masă

La petrecerile de afaceri, rolul conversaţiei creşte sau descreşte, conform motivului întrunirii. Se impun câteva precizări generale:

La un cocteil, de vreme ce este o petrecere zgomotoasă, cu multă mişcare şi multe întreruperi, nimeni nu se aşteaptă din partea ta să porţi o discuţie serioasă. Recurgi la sporovăială. Tot ce poţi obţine din această conversaţie este probabil o întâlnire sau o invitaţie la prânz, într-un viitor apropiat, în timpul căreia vei putea să discuţi serios o problemă de afaceri.

La un mic dejun de afaceri, de cele mai multe ori nu ai decât 45 de minute pe care să le petreci împreună cu însoţitorul tău. Conversaţia poate începe imediat pe probleme de afaceri, îndată ce chelnerul a adus prima ceaşcă de cafea.

La un prânz de o oră, fără oameni din exterior şi cu o problemă de rezolvat sau un plan de discutat, de îndată ce au fost făcute comenzile de meniu, conversaţia trebuie să se axeze numai pe afaceri. Când sunt prezente şi persoane din exterior, şi dacă trebuie să fie încheiată o afacere, 10 minute de palavre şi sporovăială sunt suficiente. Apoi treci la obiect (dar întotdeauna după ce s-a făcut comanda). Ca gazdă poţi, de exemplu, aştepta până când intervine un moment potrivit în conversaţie pentru începerea discuţiilor de afaceri. Întotdeauna zâmbeşte şi fă o glumă făcând aluzie la caracterul de afaceri al prânzului, astfel încât cealaltă persoană să nu se simtă neconfortabil: „Ei, acum că am vândut pielea ursului din pădure, haideţi să trecem la afaceri!".

La un dineu în interesul afacerilor la tine acasă sau la restaurant, încearcă să reduci subiectele de afaceri mondene la minimum, astfel încât să nu plictiseşti soţiile, sau soţii, oamenilor pe care încerci să-i impresionezi. Uneori poţi să pui bazele unei relaţii mult mai bune de afaceri cu un client prin „cunoaşterea reciprocă" la cina de o oră, când sunt de faţă şi soţiile sau soţii, decât dacă te limitezi la întâlnirile de birou şi la prânzurile de afaceri.

La un dineu de afaceri aranjat dinainte, sunt de dorit să fie prevăzute cam 30 de minute de luare de contact şi sporovăială. O cină durează mult mai mult decât un prânz de afaceri, astfel încât trebuie să treci la „partea grea" mai degrabă mai târziu decât prea devreme. Probabil că toţi sunt obosiţi şi au nevoie să se relaxeze. Persoana care aduce în discuţie subiecte de afaceri, de exemplu, noul tip de instrumente tehnologice, nu este bine venită. Ţine minte, gazda e cea care trebuie să înceapă discuţia de afaceri la prânzul sau dineul oferit de ea. Aşteaptă semnalul ei. Nu există nimic mai iritant decât o persoană care nu ştie să discute decât despre afaceri când stă la masă. Este privit ca fiind deosebit de agresiv şi plictisitor. Este considerat ca cineva cu care „nu este plăcut să faci afaceri". La fel de iritant este şi acela care nu face altceva decât să sporovăiască şi refuză să treacă la a discuta afaceri până când este prea târziu şi la sfârşitul mesei. Acesta este etichetat apoi drept superficial şi neorganizat. El ignoră semnalele date de gazdă de a începe discuţia de afaceri.

Responsabilităţile gazdei în conversaţia din timpul mesei

Dacă eşti gazdă, *tie* îţi revine sarcina să întreţii conversaţia fără să ţii seama dacă oaspeţii sunt superiori, colegi sau oameni pe care îi ai în subordine, clienţi, cumpărători, negustori ambulanţi, asociaţi sau persoane foarte importante.

Asigură-te că toţi au fost prezentaţi cum se cuvine unii altora. Atunci când faci prezentările dă suficiente detalii care să le confere noilor cunoştinţe posibilitatea să-şi vorbească unul altuia cu egală uşurinţă, chiar dacă aceşti oameni nu s-au mai întâlnit înainte (vezi capitolul 1 - „Arta de a face prezentările").

Dă un semnal clar pentru începerea unei discuţii de afaceri serioase, de genul: „Ei bine, doamnelor şi domnilor, cred că am face mai bine să trecem la discutarea afacerii de pe ordinea de zi, fiindcă altfel vom fi daţi afară de aici pentru a face loc unor persoane invitate la un dineu. Jim, de ce nu începi cu punctul de vedere al celor de la revizie?".

Schimbă ritmul dacă discuţia de afaceri devine prea exigentă, prea încordată sau seacă. Uneori ai nevoie să introduci un subiect de conversaţie mai uşor, pentru a micşora tensiunea din atmosferă sau să ajuţi minţile obosite să se reîmprospăteze. Poţi întreba cum cred cei de faţă că se va descurca în acest sezon echipa profesionistă

de fotbal sau dacă au văzut articolul din ziarul de dimineaţă despre starul de televiziune care a fost acuzat de bigamie. Momentul indicat pentru a introduce o temă de discuţie mai uşoară este acela când vine chelnerul la masă să debaraseze sau să ia comanda pentru al doilea fel de mâncare. Aceasta reprezintă întotdeauna o întrerupere şi, uneori, cel mai bun lucru care-l poţi face este să schimbi subiectul.

Se poate să observi că cineva din grupul tău a fost în permanenţă lăsat în afara conversaţiei, fie din cauza timidităţii persoanei respective, fie datorită faptului că nu a putut lua parte la discutarea respectivului subiect. Fă-l să se simtă bine, aducând-l în grup prin adresarea unei întrebări interesante, legată de competenţa ei sau a lui: „Amantha, ai fost implicată, înainte de a veni la noi, în producerea noului medicament miracol pentru arterită, nu-i aşa? Ce crezi despre comentariile medicilor, apărute în ziarul de dimineaţă, privitoare la acest medicament?" Punând o astfel de întrebare persoanei care este „în afara" grupului, o atragi, ca putând fi "în" centrul conversaţiei pentru o vreme.

Dacă tu, ca gazdă, ai invitat 10 sau mai multe persoane, ai face foarte bine să inviţi doi buni cozeuri, care să ocupe locurile dintr-un capăt şi celălalt al mesei. (Dacă tu însuţi eşti îndeajuns de bun pentru aceasta, poţi ocupa unul din capetele mesei.) În acest fel este aproape garantată fluenţa conversaţiei.

Tradiţia de a schimba partenerii de discuţii la dineuri sau prânzuri festive

Începând cu prima jumătate a secolului al XIX-lea, vestiţii amfitrioni europeni şi membrii corpului diplomatic au rezolvat problema invitatului „blocat" în timpul unei mese prin inaugurarea sistemului conform căruia musafirii îşi schimbă partenerii de conversaţie de fiecare dată când se aduce un nou fel de mâncare. Sistemul asigură posibilitatea ca un musafir să acorde timp egal atât persoanei din stânga, cât şi celei din dreapta sa.

Când o gazdă făcând parte dintr-o corporaţie organizează o mare petrecere şi nu dă nici un pic de atenţie felului în care se desfăşoară conversaţia în jurul mesei, apar inevitabil situaţii penibile pentru anumiţi musafiri lăsaţi, o lungă perioadă de timp, fără un partener de discuţie. De obicei, în astfel de cazuri se întâmplă ca musafirul lăsat singur să înceapă să vorbească peste masă cu un alt musafir aflat în aceeaşi situaţie. Totul se transformă într-un meci de ţipete, care degenerează într-un adevărat vacarm. Când o gazdă vede că se întâmplă un asemenea lucru, trebuie să pună ordine în desfăşurarea conversaţiilor şi, în glumă, să-i indice politicos partenerului musafirului lăsat fără interlocutor să se întoarcă spre el.

Pentru a exemplifica, imaginaţi-vă un dineu pentru 18 persoane, dat de Mary Smith, reprezentanta unei întreprinderi industriale, şi soţul dnei Smith pentru principalii ei clienţi. Când oaspeţii s-au aşezat la masă, este adusă supa şi Mary, în calitate de gazdă, se întoarce instinctiv spre oaspetele de onoare din dreapta ei (cel mai important client al ei). Atunci ar trebui să se formeze de la dreapta, în continuare, de-a lungul mesei, perechile care discută între ele. (Soţul doamnei Smith, Jeff, va fi angajat într-o conversaţie cu musafira din stânga sa, pentru că perechile iniţiate de Mary s-au format în raport cu persoana din stânga) Când este adus al doilea fel de mâncare, Mary se întoarce spre musafirul din stânga şi fiecare invitat la masă trebuie să facă acelaşi lucru. Şi aşa se întâmplă la fiecare fel de mâncare.

CODUL MANIERELOR DIRECTORULUI ÎN CONVORBIRILE TELEFONICE

Felul în care răspunzi la telefon spune multe despre tine şi compania ta. Felul în care se răspunde la telefonul companiei oferă indicii clare celui care sună asupra caracterului de corporaţie al acelei organizaţii. Vocea care răspunde poate exprima o atitudine, pozitivă, negativă sau poate de indiferenţă.

Este o idee bună pentru un membru din direcţie să sune la propria companie incognito, la un moment dat, prefăcându-se a fi cineva care nu cunoaşte atribuţiile celui pe care l-a sunat, care caută o persoană a cărei linie telefonică este întotdeauna ocupată, sau drept cineva care încearcă să ia legătura cu preşedintele companiei. Direcţia ar trebui să-şi dea seama de ce se întâmplă când o persoană oarecare, John Q., sună pentru a obţine informaţii. S-ar putea să încerci să afli dacă există un loc de muncă disponibil sau unde se vinde un anumit produs. Cum este tratată persoana care telefonează pentru o dare de seamă anuală, cineva care are de făcut o plângere împotriva unui produs, a unui serviciu sau a unui angajat al companiei. Dacă un director îşi disimulează vocea şi sună la propriul departament, pretinzând că are o „idee nemaipomenită", pe care vrea s-o supună conducerii, poate rămâne surprins de modul în care este tratat.

Conducerea trebuie să ştie cum sunt manevrate telefoanele în toată compania, pentru a cunoaşte în ce măsură codul manierelor este respectat de angajaţi şi ce atitudine manifestă faţă de publicul larg. Bineînţeles că sunt, de asemenea, foarte importante vocile celor care răspund la telefoanele din cadrul companiei. Vocea care răspunde la telefon trebuie să fie caldă şi plăcută, întâmpinând în mod amabil apelul telefonic. Trebuie să aibă o dicţie bună, astfel încât să se înţeleagă uşor cuvintele pe care le pronunţă. Dacă persoana care răspunde la telefonul companiei nu are o astfel de voce, el sau ea ar trebui să fie instruită de un instructor de dicţie (vezi „Cum pari lumii din afară", la începutul acestui capitol) sau să fie transferat(ă) la un sector care nu cere aptitudini vocale.

Bunele maniere manifestate în cadrul unei companii prin răspunsul la apelul telefonic trebuie să constituie o preocupare la trei niveluri. Primul - întreaga companie trebuie să acorde atenţie acestui lucru; al doilea - nici unui şef nu trebuie să-i fie indiferent modul în care se răspunde la telefonul lui şi să supravegheze constant calitatea comunicării efectuate; al treilea - persoana care răspunde la telefon trebuie să fie preocupată de responsabilitatea sa proprie în această privinţă. Dacă fiecare, în mod conştient, acordă atenţie propriilor sale maniere cu ocazia convorbirilor telefonice, acest aspect important al comunicării în afaceri va fi productiv şi profitabil.

Persoana care sună la o companie are şi ea o anumită responsabilitate. Dacă cel care sună vrea să facă, de exemplu, o plângere, el trebuie să ţină seama că vorbeşte cu o altă fiinţă umană. Oricât de supărat ar fi, şi în mod justificat, apelul lui va avea valoare numai în măsura în care mesajul său este redat clar şi îşi păstrează calmul. Este foarte greu să răspunzi manierat la telefon, dacă cel care a sunat nu este rezonabil şi şi-a ieşit din fire.

Dacă ai un vorbitor furios la telefon şi dacă mânia lui este oarecum îndreptăţită poţi:

- să sugerezi ca el să vorbească cu o persoană mai importantă din companie şi să-i spui că vei aranja astfel încât persoana respectivă să-l sune în câteva minute. (Foloseşte acele câteva minute pentru a explica situaţia respectivei persoane, de grad superior, din conducere.)

- să-l rogi, într-un mod foarte politicos, să repete tot ce vrea să spună, dar mai lent, astfel încât să poţi nota fiecare cuvânt. Spune-i că doreşti ca această problemă să fie rezolvată, aşa că el trebuie să-ţi relateze toate nemulţumirile sale cu atenţie şi mai lent.

Decide cum să se răspundă la telefon

Dacă eşti un profesionist (sau un întreprinzător), vei răspunde probabil personal la telefon sau se va răspunde cu numele companiei, al asociaţiei sau profesiunei exercitate. Dilema se iveşte de obicei când răspunderile din interiorul companiei sunt individuale. Dacă compania ta este o organizaţie mare, felul în care se răspunde la telefon este acelaşi de când lumea; totuşi, el ar trebui să facă parte din operaţiile zilnice pe care conducerea le ajustează potrivit epocii, presiunilor exterioare şi activităţilor curente ale organizaţiei.

Câteva observaţii personale asupra opţiunilor în răspunsul la apelul telefoanic:

Când cineva din personal răspunde la telefon.	*Când răspunzi tu însuţi la telefon*
A răspunde pur şi simplu dovedeşte lipsă de maniere. Este prea direct şi impersonal.	Dacă intri direct în subiect - prea direct şi impersonal nu e bine.
„Biroul lui Richard Parker“ - este bine.	„Parker la telefon“ - insuficient şi prea direct.
„Biroul domnului Parker“ - este bine (dar sună mai formal decât în formula folosită mai înainte).	„Dick la telefon“ - insuficient (prea familiar şi comunicarea nu se face cum trebuie).
„Contractări şi vânzări“ - este bine, dacă numele tău nu este important.	„Richard Parker la telefon“- e bine, dar pare să-i lipsească autoritatea.
„Biroul Contractări şi vânzări Richard Parker“ - e corect, dar cam prea lung.	„Dick Parker la telefon“ - e bine, dar prea oficial.
„Biroul domnului Parker, domnişoara (sau doamna) Williams la telefon“ - este bine, dar tot prea lung.	„Richard (sau Dick) Parker, Contractări şi vânzări, la aparat" - prea lung.
„Biroul domnului Parker, Debbie la telefon“ - îngrozitor (o secretară nu trebuie să răspundă niciodată cu numele mic - este înjositor pentru statutul ei).	„Richard (sau Dick) Parker, Contractări şi vânzări“- mai bine.

Eroii lumii de afaceri răspund personal la telefon

Orice persoană, chiar şi din Consiliul de administraţie al unei corporaţii foarte importante, trebuie să poarte cu distincţie o convorbire telefonică cu o persoană necunoscută, dar aceasta se întâlneşte rar în zilele noastre. O persoană importantă dintr-un corp executiv care răspunde la propriile telefoane sau îi cere secretarei sale să-i dea automat legătura, devine repede cunoscută şi populară în ziua de azi. În mod obişnuit persoanele de conducere se izolează şi se protejează de contactul direct cu publicul. O persoană importantă care răspunde la propriul său telefon este

cineva care vrea să ştie ce se petrece în jurul său, inclusiv natura plângerilor din afară. Oricum, nu trebuie să închizi telefonul dacă discuţia nu e productivă. A încheia o convorbire fără să-l insulţi pe cel care te-a sunat este o artă a rafinamentului şi diplomaţiei.

Într-o dimineaţă am urmărit o preşedintă de companie răspunzând la telefoanele primite şi m-am minunat de tactul ei. Mi-a explicat că răspunzând direct la apelurile telefonice nu mai este nevoie să scrie scrisori şi este la curent cu ceea ce se întâmplă în lume. În timp ce noi vorbeam, o persoană care se ocupa cu vânzările de sisteme pentru birouri, pe care n-o întâlnise niciodată, a sunat-o să încheie o afacere. I-a explicat că această companie nu avea în momentul de faţă nici un plan de modernizare a sistemelor, dar „când ne vom hotărî să facem ceva în această privinţă, promit să vă caut, iar eu îmi ţin întotdeauna promisiunile". Şi-a notat numele companiei respective, numele lui şi numărul de telefon. Apoi i-a mulţumit pentru că a sunat înainte ca el s-o poată întrerupe şi a adăugat că îşi închipuie cât este de fericit că lucrează pentru o companie care are produse de calitate. Apoi a închis înainte ca să i se poată răspunde. Îi refuzase propunerea, lăsându-l însă să se simtă mândru de munca sa. Următorul telefon a venit din partea unui funcţionar al unei alte companii, a cărui misiune era de a o convinge să accepte invitaţia unei instituţii non-profit de a intra în consiliul ei de conducere. La început i-a spus funcţionarului că se simţea extrem de onorată şi recunoscătoare de a fi fost aleasă pentru această invitaţie. A explicat apoi că programul ei supraîncărcat făcea „absolut imposibilă" găsirea timpului necesar pentru a face faţă responsabilităţilor impuse de o asemenea poziţie. A lăudat munca organizaţiei pentru comunitate şi i-a spus celui care o sunase că va completa chiar atunci un cec pe care îl va trimite companiei respective, în ajutorul celor săraci. Persoana care sunase a primit, într-o manieră rapidă şi politicoasă, un răspuns negativ, care într-o altă formă era de fapt un „da": o donaţie. Dacă ar fi refuzat convorbirea, dar mai târziu, aflând de cererea care i s-a făcut, ar fi scris o scrisoare declinând invitaţia, i-ar fi luat mult mai mult timp decât o convorbire telefonică de patru minute. De asemenea, ea nu ar fi uzat de minunata căldură a vocii, care are puterea să facă un răspuns negativ mai puţin dezamăgitor.

Felul în care îţi instruieşti secretara este decisiv

Personalul are o contribuţie majoră la conducerea cu succes a companiei prin dexteritatea cu care răspunde la apelurile telefonice. Conducerea cu fineţe a convorbirilor telefonice nu rezultă atât din instruirea secretarei, cât din propria sensibilitate şi inteligenţă individuală ce completează instruirea făcută de un şef sensibil.

Aici sunt câteva sugestii pe care le puteţi include în propriul program de instruire a secretarei dumneavoastră:

- secretara trebuie învăţată să răspundă prompt atunci când sună telefonul (cel mai bine după primul sunet, la al treilea fiind cam greoi);
- nimeni nu trebuie lăsat niciodată să aştepte la telefon mai mult de 20 de secunde. Dacă nu poţi să ajungi la telefon în acest timp, secretara ar trebui să revină la telefon cu răspunsul tău sau cu delicatul: „Domnul Dexter vă va suna imediat";
- o bună secretară te va ajuta să dai toate telefoanele necesare prezentându-ţi o listă îngrijită şi ajutându-te să o parcurgi: „Doamnă Jones, pot să vă fac

legătura cu Ralph Blacksmith acum, de vreme ce aveţi cinci minute înaintea următoarei întâlniri de afaceri?" Acest lucru te poate ajuta să-ţi câştigi acea mult râvnită reputaţie de a fi persoana care întoarce întotdeauna apelurile telefonice prompt şi politicos;

- dacă nu eşti în birou trebuie ca cel care sună să fie informat despre aceasta, înainte de a i se cere numele. Cel mai bine ar fi cam aşa: „Biroul domnului Jones. Nu, îmi pare rău. Domnul Jones nu se va întoarce în oraş până luneа viitoare. Pot să ştiu cine îl caută, vă rog? Nu, îmi pare rău. Domnul Jones nu este în oraş";
- sfătuieşte-ţi secretara să se abţină de la a da sau a primi telefoane personale în birou, care nu sunt importante sau urgente. Ţine ocupată linia telefonică; o distrage de la munca sa. Şi dacă cineva aşteaptă să intre la tine şi asistă la conversaţia personală a secretarei, biroul tău va face o foarte proastă impresie, de loc unde nu prea este de lucru.

Selectarea apelurilor telefonice

Cel mai bun sfat pe care ţi-l poate da cineva privind selectarea apelurilor telefonice este de a nu face aşa ceva. Când secretara ta îi spune cuiva care sună: „Pot să vă întreb în ce problemă aţi sunat?", creează întotdeauna dezamăgire şi ostilitate la celălalt capăt al firului. Cel care a sunat se simte considerat inoportun şi lipsit de importanţă şi chiar de valoare pentru a putea vorbi direct cu persoana ce stă impunătoare în spatele biroului de director.

Poţi s-o înveţi pe secretara ta să-ţi selecteze apelurile cât se poate de eficient, dacă îi explici de prima dată, cu răbdare, genul de afaceri pe care-l faci, politica ierarhiei în cadrul companiei tale şi priorităţile, atât din afaceri, cât şi din viaţa particulară. Va fi de mare folos dacă vei adăuga:

- o listă cu oamenii care trebuie puşi imediat în legătură cu tine, ca de exemplu: membrii apropiaţi ai familiei (care însă trebuie puşi şi ei în gardă să nu sune la birou decât dacă este cu adevărat ceva important); oricare dintre directori; un membru din consiliul de conducere; un consultant din afara companiei (consilier local, contabil etc.) care spune că este ceva important; sau oricine din afara companiei care are o problemă evident importantă;
- o înţelegere privind ceea ce constituie o situaţie urgentă, despre care trebuie să fii avertizat imediat: un apel telefonic din partea oricui din companie care este „într-o încurcătură" de orice fel; un telefon din partea unuia dintre profesorii copiilor sau a doctorului familiei; un reporter care verifică nişte veşti şocante despre companie etc.;
- o listă cu oamenii la ale căror telefoane trebuie să se răspundă în aceeaşi zi ca, de exemplu, agentul tău de schimb, bancherul tău sau cineva din cadrul companiei care are nevoie de vreun ajutor de orice fel;
- o listă cu prieteni intimi, cărora trebuie să li se facă imediat legătura, dacă este posibil;
- o explicaţie asupra genului de apeluri telefonice care trebuie îndrumate în altă parte, lucru pe care o secretară ageră îl va simţi conversând cu acesta şi întrebându-l care este scopul telefonului său;
- o înţelegere a genului de telefoane pe care le poate rezolva însăşi secretara.

Directorul ar trebui să indice secretarei limbajul adecvat pe care vrea să-l folosească: dacă trebuie să fie vioi - „Pot să vă întreb la ce se referă telefonul dumneavoastră?"; dacă trebuie să fie mai delicat - „Îmi pare cu adevărat foarte rău că, întrucât programul dlui Wilson este foarte încărcat, nu vă poate răspunde la telefon în acest moment. Puteţi să-mi spuneţi mie în ce problemă aţi sunat?". Fiind întrebat despre motivul telefonului său, cineva ar putea răspunde: „A, este o problemă personală", la care secretara ar putea replica: „Îi voi da numărul de telefon şi numele dumneavoastră imediat ce va deschide uşa şi sunt sigură că va lua legătura cu dumneavoastră de îndată ce va putea. Oricum, trebuie să vă spun că în acest moment este implicat într-o problemă a companiei care cere prioritate" sau: „Sper că veţi înţelege. Îmi pare cu adevărat rău că lucrurile sunt atât de agitate în birou chiar acum. Promit să-l informez personal pe domnul Wilson că l-aţi sunat astăzi şi că-i voi înmâna scrisoarea când aceasta va ajunge la biroul nostru".

Selectarea convorbirilor este dificilă pentru o persoană tânără sau un director care nu se află la un nivel înalt pe scara ierarhică. În cel mai bun caz, va fi o experienţă neplăcută pentru cel ce a telefonat şi pentru secretară care trebuie să facă faţă supărării acestuia pentru că nu a obţinut informaţia dorită. Aceasta reclamă priceperea unui profesionist.

Transferarea convorbirilor telefonice

Cea mai delicată parte a selectării convorbirilor telefonice este aceea de a îndruma în altă parte persoana care telefonează şi să faci aceasta cu atâta dibăcie încât persoana respectivă să-ţi fie recunoscătoare. Orice persoană care este îndrumată în altă parte, fiind purtată de la Ana la Caiafa, îşi pierde orice sentimente bune pe care s-ar putea să le fi avut faţă de companie; când este greşit îndrumată, îşi pierde timpul atât ea, cât şi compania.

Un şef ar trebuie să-şi instruiască secretara cum să îndrume convorbirile telefonice în mod eficient. Această operaţie cere tact, dar şi o bună cunoaştere a companiei, a îndatoririlor şi responsabilităţilor compartimentelor, a numelor oamenilor cheie care se vor ocupa de apelul telefonic cum se cuvine, când îl vor primi. Există anumite lucruri pe care persoana din interior trebuie să le stăpânească bine atunci când îndrumă în altă parte un apel telefonic:

- Celui care sună trebuie să i se dea o explicaţie cu privire la motivul pentru care este trimis în altă parte.
- Celui care sună trebuie să i se dea numele, titlul, compartimentul şi numărul de telefon al biroului spre care este îndrumat, astfel încât, dacă se întâmplă să se decupleze, el să se poată descurca uşor revenind cu un nou telefon acolo unde trebuie.
- Înainte de a se încheia îndrumarea respectivă, secretara trebuie să-l asigure pe cel care a telefonat că totul e normal: „A fost o plăcere să vorbesc cu dumneavoastră... Sunt sigură că domnul X vă va rezolva problema foarte satisfăcător... Îmi pare cu adevărat rău că nu v-am putut fi de ajutor, dar sunt sigură că domnul X va şti exact ce trebuie să facă".

O secretară cu adevărat competentă urmăreşte în timpul zilei apelurile telefonice importante, pe care le-a îndrumat în altă parte, interesându-se la locurile respective pentru a vedea dacă cel care a sunat a fost tratat cum se cuvine.

Cât de bune sunt propriile maniere când vorbeşti la telefon?

Cum sunt manierele tale când tu însuţi porţi convorbiri telefonice sau închei tranzacţii de afaceri prin telefon, după ce secretara ţi-a făcut legătura? Cum te comporţi când primeşti telefoane de afaceri acasă?

- Pentru a începe cu începutul, nu da un telefon de afaceri decât dacă ai un motiv să-l dai. Un telefon este o întrerupere, un amestec nepotrivit în ziua unei persoane ocupate. Întotdeauna trebuie să ai un motiv foarte clar ca să faci acest lucru.
- Unora le place telefonul şi-l folosesc în mod constant. Acest gen de persoane pot fi sunate acasă fără frică, presupunând că nu suni dimineaţa înainte de 7 sau seara după 22,00. Majoritatea oamenilor nu vor să fie sunaţi acasă în probleme de afaceri, mai ales când este ceva care poate fi discutat în timpul zilei de lucru.
- Dacă formezi un număr greşit, cere-ţi întotdeauna scuze în loc să închizi brusc telefonul.
- Când o pui pe secretară să sune pe cineva pentru tine, ori fii pe recepţie, când acea persoană urmează să ridice receptorul sau în urma unei înţelegeri (de exemplu, după două semnale), ori stabileşte un semnal cu secretara, care-ţi face legătura cu persoana respectivă imediat, în secunda în care aceasta a zis: „Alo". Unul dintre cei mai greşiţi paşi pe care îi poate face un director tânăr este acela de a-şi pune secretara să-i facă legătura cu un superior şi apoi să nu fie pe recepţie când acesta răspunde la telefon.
- Supraveghează-ţi dicţia şi calitatea vocii când începi să vorbeşti la telefon. Uneori numai faptul că te gândeşti la aceste lucruri te face să te prezinţi mai bine (vezi „Cum pari lumii din afară", de la începutul acestui capitol).
- Nu fi necăjit dacă nu reuşeşti să prinzi pe cineva imediat. Se întâmplă oricui, inclusiv consilierilor din primele zece companii din lume.
- Treci imediat la subiect în orice convorbire telefonică de afaceri (cealaltă persoană va aprecia acest lucru) şi fii concis. Dacă trebuie să scurtezi conversaţia, poţi s-o faci, scuzându-te: „Janet, am o şedinţă de departament care va începe în scurt timp, deci să nu te superi că va fi o convorbire rapidă". Majoritatea persoanelor nu au timp să sporovăiască în biroul lor. Totodată, pălăvrăgeala dă impresia că nu ai ceva important de lucru.
- Explică afacerea ta secretarei, dacă persoana pe care o cauţi nu este disponibilă şi dacă este ceva urgent. Fă abstracţie de orgoliul tău. Secretara este, probabil, perfect capabilă să transmită mesajul. De fapt, dacă expui toate problemele şi explici urgenţa (presupunând că detaliile nu sunt confidenţiale), secretara se va duce să se lupte pentru tine, va face tot ce va fi necesar şi va obţine răspunsul la întrebări mai repede decât dacă problema ar fi fost lăsată pe mâinile şefului. (Desigur nu vei folosi o secretară ca emisar într-o afacere importantă, cu un superior.) Privind îndeaproape diferitele admi-nistraţii ale Casei Albe, am observat că solicitanţii înţelepţi, chiar şi aceia care sunt prieteni apropiaţi ai preşedintelui şi ai soţiei lui, ştiu că modul prin care obţii o rapidă rezolvare a lucrurilor este acela de a apela mai degrabă la personal, decât să-l roage pe Preşedinte personal sau pe prima doamnă.
- Dacă trebuie să ceri o favoare unei persoane foarte ocupate, întreab-o pe

secretară când ar fi momentul potrivit să telefonezi şi să discuţi problema. Aceasta este o politică inteligentă.

- Nu rămâne tăcut în timp ce interlocutorul continuă să vorbească. Acest lucru este foarte deconcertant pentru cealaltă persoană. Ar trebui să participi la conversaţie, chiar dacă spui doar „Da", „Sunt de acord", „Nu este îngrozitor?" sau un comentariu care să demonstreze că mai eşti încă la celălalt capăt al firului.
- Nu mânca şi nu mesteca în receptor. Sunetele sunt mult amplificate şi mult mai neplăcute pentru auzul celeilalte persoane. Asta înseamnă că nu acorzi întreaga ta atenţie conversaţiei.
- Nu lăsa să pătrundă în receptor zgomote de fond (ca de exemplu, un televizor sau un radio care funcţionează în timp ce vorbeşti). S-ar putea să nu te distragă pe tine, dar sunetul este amplificat şi îi provoacă celeilalte persoane greutăţi în perceperea vocii tale.
- Când vorbeşti cu cineva la telefon, acordă-i toată atenţia. Nu te adresa în acelaşi timp unor persoane care s-ar putea afla în încăpere. Este foarte derutant pentru cineva cu care vorbeşti să te audă angajînd deodată altă conversaţie, cu altă persoană, în altă problemă. Dacă nu te poţi abţine de la comentarii, un telefon cu butoane „mute" te va ajuta să depăşeşti momentul.
- Dacă eşti întrerupt în timpul convorbirii, este de datoria ta să suni imediat, chiar dacă este o convorbire telefonică de la mare distanţă şi chiar dacă deconectarea a provenit din biroul celeilalte persoane.
- Când ai un vizitator în birou, nu răspunde la nici un telefon, decât dacă este cu adevărat urgent.
- Dacă se întâmplă să vorbeşti la telefon când tocmai intră un vizitator programat, termină-ţi repede convorbirea sau spune-i persoanei cu care vorbeşti că ai să revii tu puţin mai târziu. Cineva care are fixată o întâlnire cu tine are prioritate faţă de persoana cu care vorbeşti la telefon.
- Dacă vizitezi pe cineva în biroul său şi intervine un telefon urgent pentru el, oferă-te să ieşi afară pentru ca el să dispună de intimitate. Dacă insistă să rămâi pentru că „nu va dura decât un minut", uită-te pe ceva din geanta ta, citeşte ziarul sau admiră peisajul de afară - nu te uita fix la el. Dacă conversaţia ia subit o tentă emoţională sau extrem de personală, ridică-te şi ieşi încet afară, în sala de aşteptare, făcând un semn că vei aştepta acolo. El va aprecia sensibilitatea ta.
- Încheie-ţi convorbirile telefonice pe o notă plăcută, dar abţine-te de la folosirea obositorului clişeu „Vă urez o zi bună!". Persoana căreia îi spui aceasta ar putea fi într-o proastă dispoziţie din cauza unui control financiar contabil sau a unei extracţii. Foloseşte orice altceva: „A fost plăcut să vorbesc cu dumneavoastră"; „A fost plăcut să aud veşti despre dv."; „Mulţumesc pentru că m-aţi informat. Apreciez gestul.". Dacă cunoşti familia persoanei respective, este întotdeauna frumos să te referi la membrii ei înainte de a închide telefonul: „Complimente Emei şi copiilor".
- Dacă intri în biroul unui coleg pentru a-i vorbi şi îl găseşti la telefon, ieşi din nou afară, dacă nu îţi face semn să rămâi. Dacă ai o urgenţă şi trebuie să-i vorbeşti imediat, informează-l: „Joe, o urgenţă!". În acest caz Joe trebuie să pună capăt conversaţiei pe loc.

Aşteptatul la telefon: un rău necesar

După părerea mea, există doar un singur lucru mai rău decât acela de a fi pus să aştepţi la telefon, şi anume să fii pus să aştepţi, iar pe fundalul zgomotului perceput în receptor să se audă muzică.

A fi pus să aştepţi când ai sunat la un sector sau un departament al liniilor aeriene este un lucru şi cu totul alt lucru este dacă cumpărătorii şi clienţii tăi sunt puşi constant să aştepte în biroul tău. Dacă în timpul convorbirii eşti chemat pe o a doua linie, scuză-te faţă de cel care te-a sunat primul şi spune-i că vei reveni imediat; lasă-l să aştepte (apăsând butonul respectiv) şi spunei celeilalte persoane, înainte de a avea posibilitatea să zică ceva: „Îmi pare rău, aşteaptă-mă puţin, că revin". Apoi reîntoarce-te la prima persoană şi încearcă să termini convorbirea. Dacă nu poţi termina prima convorbire atât de repede, scuză-te din nou, lasă-l să aştepte, reia legătura cu a doua persoană pentru a-i spune că-ţi pare rău, dar o vei suna peste câteva minute dacă îţi va da numele şi numărul de telefon.

Primul apel telefonic are întotdeauna prioritate, dacă cel de-al doilea nu este o convorbire telefonică internaţională, caz în care trebuie să-i explici primei persoane care a sunat de ce trebuie să închizi şi că vei reveni peste câteva minute.

Lucrul cel mai important pe care trebuie să-l ţii minte este să nu laşi niciodată pe nimeni să aştepte mai mult de câteva secunde. Spune-i repede, scuzându-te şi explicându-i de ce trebuie să revii mai târziu. Doar cuvintele: „Sunt necăjit că trebuie să te fac să aştepţi", toarnă balsam pe rana celui care a telefonat şi aminteşte-ţi promisiunea de a-l suna imediat. Nu uita!

Întreruperea bruscă a unei convorbiri telefonice

Când doreşti să sfârşeşti cât mai repede o conversaţie nedorită, există diverse moduri în care-o poţi face binevoitor, fără să jigneşti.

- Explică-i interlocutorului că secretara tocmai ţi-a anunţat o convorbire urgentă din partea unui superior.
- Pregăteşte cealaltă persoană pentru terminarea convorbirii, spunând ceva de genul: „Jane, înainte de a închide, vreau să-ţi spun că..."
- Îţi aminteşti brusc de şedinţa care va avea loc: „George, ceasul îmi arată că trebuie să fiu în sala de conferinţă într-un minut şi jumătate. Cred că va trebui să continuăm această discuţie altă dată".
- Întrerupe digresiunile celuilalt, dându-i impresia că eşti foarte grăbit: „Uite ce e, Barbara, trebuie să termin de scris discursul preşedintelui şi o cuvântare pentru presă în după-amiaza asta. Mă tem că nu mai pot sta. Iartă-mă".
- Telefoanele de la mare distanţă pot folosi drept scuză: „Jim, secretara mea tocmai mi-a pus o notă pe birou, anunţându-mi o convorbire cu Manila, care mă aşteaptă pe cealaltă linie".
- Invocă speranţa ca vei discuta în viitor problema: „Jennifer, avem multe lucruri de vorbit despre asta. Ar trebui să stăm liniştite pentru a vorbi cum trebuie. Hai să aşteptăm până când vom avea prilejul să vorbim între patru ochi".

Arta de a recepţiona mesajele

Persoana care recepţionează mesaje pentru alţii, într-un mod eficient şi plăcut, reprezintă un avantaj pentru orice companie. (În această privinţă am groaznicul obicei de a nota mesaje pe spatele unor plicuri folosite, a unor cutii de chibrituri de la restaurant, sau chiar pe cecuri necompletate.) În momentul în care răspunzi la telefon, îţi asumi răspunderea de a te ocupa de acea convorbire cum trebuie, chiar dacă este pentru cineva care nu e acolo.

Cel mai uşor mod de a lua un mesaj este folosirea unei agende pentru mesaje, special realizată în acest sens. Dacă nu, foloseşte o coală albă de hârtie. (Vă rog, nu notaţi pe marginea ziarelor sau a unei fişe găsită la îndemână.) Mesajul trebuie să conţină:

- Numele celui care a sunat. (Dacă nu-i cunoşti numele, nu te simţi stânjenit să-l rogi să-l repete sau să-l spună pe litere pentru tine.)
- Numărul de telefon, locul şi dacă este cazul codul localităţii.
- Numele companiei celui care a sunat.
- Data şi ora convorbirii.
- Numele tău sau iniţialele (pentru cazul în care persoana care a fost sunată doreşte să mai ceară amănunte în legătură cu telefonul respectiv).
- Indicaţia de a o suna imediat pe persoana respectivă, dacă apelul telefonic recepţionat este urgent.

Pe de-o parte din cauza lipsei unui bun personal ajutător, pe de altă parte datorită creşterii extraordinare a solicitării sistemelor telefonice directe, problema recepţionării mesajelor este din ce în ce mai acută. Rezolvarea ei presupune un aparat capabil să recepţioneze corect mesajele. Companiile ar trebui să aibă în dotarea lor un astfel de aparat-de înregistrare a apelurilor telefonice. Aceasta ar elimina simfonia „telefonului fantomă", sunând în gol în întreaga companie, atunci când personalul din biroul de recepţionare directă nu se află la masa de lucru.

Robotul telefonic: o necesitate enervantă

Dacă deteşti cu adevărat robotul telefonic şi preferi să fii ascultat de fiinţe umane, vei găsi o consolare în faptul că cu cât transmiţi mai multe mesaje automatelor, cu atât acestea devin mai utile şi mai puţin iritante. Robotul telefonic este, până la urmă, o opţiune chiar mai satisfăcătoare decât un telefon la care suni continuu şi nu-ţi răspunde nimeni niciodată. El este, de asemenea, un instrument de nepreţuit, dacă nu tot timpul, măcar parţial, pentru oricine lucrează acasă.

Înainte de a-ţi înregistra vocea pe aparatul personal, repetă ceea ce vrei să spui (un text scris). Ascultă ceea ce ai înregistrat şi continuă până când vocea ta sună entuziast şi optimist. (Dacă imprimi aşa cum vorbeşti în mod normal, s-ar putea să sune ca şi când ai anunţa o înmormântare.) Pentru birou, mesajul tău poate fi simplu:

> „La telefon George Jones de la Hammon Fastenings. Când auziţi semnalul, vă rog să spuneţi numele companiei dumneavoastră şi numărul de telefon. Vă voi suna cât de curând".

Dacă poţi da ora la care te vei întoarce la birou, fă-o:

> „Voi fi la birou toată după-amiaza" (sau „Probabil că voi reuşi să vă sun până la sfârşitul zilei").

Pentru robotul telefonic care răspunde acasă în probleme de afaceri, din motive de securitate, este bine să dai cât mai puţine detalii informative. Nu-ţi spune nici numele, nici numărul de telefon, astfel încât unei persoane care te sună din greşeală, să nu-i vină ideea comiterii unui furt. Iată genul de mesaj pe care trebuie să-l imprimi:

„Bună. După ce aţi auzit semnalul, vă rog lăsaţi-vă numele, numele companiei, numărul de telefon şi mesajul. Mulţumesc".

Când laşi cuiva un mesaj prin intermediul unui astfel de robot telefonic, nu încerca să faci pe deşteptul sau pe amuzantul. Glumele înregistrate pe benzile aparatelor altora par, de obicei, complet nesărate şi, în cel mai bun caz, sunt teribil de obositoare. Ele consumă, de asemenea, timpul celeilalte persoane, care s-ar putea să fie nevoită să parcurgă mai multe mesaje. Dacă este o persoană care primeşte foarte multe telefoane, s-ar putea ca banda aparatului să nu fie suficientă, în cazul în care mulţi oameni au consumat timp mai mult decât necesar pentru mesajul lor. Aşadar, fii concis.

Contactul cu serviciul de răspuns la apelurile telefonice

Dacă în afacerile tale foloseşti un serviciu de răspuns la apelurile telefonice, primul lucru de care trebuie să ţii cont este că eficienţa acestuia depinde de instrucţiunile pe care le dai personal. În al doilea rând, că persoanele care recepţionează aceste conversaţii sunt şi ele fiinţe umane şi că merită să fie tratate ca atare. Serviciile respective au câteodată unele scăpări, mai ales în perioadele foarte aglomerate, când toţi clienţii primesc telefoane. Aceasta se întâmplă atunci când cei care sună sunt făcuţi să aştepte prea mult şi când, uneori, mesajele sunt notate fără acurateţe. Dacă-ţi pierzi cumpătul în faţa serviciului de recepţionat mesaje, aceasta nu va corecta o greşeală deja făcută. De obicei acest serviciu te ajută foarte mult şi este preocupat de succesul afacerilor tale. Tratează-i pe toţi cei care lucrează în acest serviciu cu bunăvoinţă şi respect şi rezultatele vor fi conforme cu felul în care te tratează la rândul lor, chiar dacă nu se uită drept în ochii tăi.

Oamenii care dispun de un bun serviciu de răspuns la apelurile telefonice sunt aceia care cunosc bine personalul acestuia, inclusiv numele fiecăruia dintre ei, le recunosc importanţa, trimiţându-le fructe sau cutii cu bomboane la Crăciun.

TENTA PERSONALĂ ÎN SCRIEREA UNEI SCRISORI DE AFACERI

Corespondenţa pe probleme de afaceri poate avea şi un caracter personal şi nu să trateze numai despre bani. O persoană din conducere, amabilă, foloseşte scrisorile pentru a-şi exprima prietenia faţă de colegi şi asociaţi într-o manieră personală. O scrisoare este o reacţie importantă la veştile bune sau proaste ale cuiva; poate fi un mod de reînnoire a unei relaţii vechi care s-a perimat. O scrisoare prietenoasă îi face plăcere destinatarului şi, întâmplător, poate avea drept rezultat o afacere neaşteptat de bună doar pentru că expeditorul a pătruns în mintea destinatarului, într-un mod plăcut.

În lumea afacerilor, vechii prieteni, ca şi cei mai noi şi chiar persoanele care s-au cunoscut pentru prima dată, îşi scriu scrisori de prietenie. Îţi trebuie numai câteva minute pentru a compune şi expedia o scrisoare. Dar influenţa ei poate fi durabilă şi utilă.

De fiecare dată când adaugi într-o scrisoare, strict de afaceri, o propoziţie personală, transformi acea scrisoare într-una atât personală, cât şi de afaceri. Atunci când într-o scrisoare de afaceri atingi şi o problemă personală, ca de exemplu cererea adresată unei persoane din conducere de a-ţi face o favoare, scrisoarea respectivă este considerată şi personală şi de afaceri. Volumul acestui gen de corespondenţă în lumea afacerilor este masiv.

De multe ori este mai uşor să scrii ceea ce simţi sau ai de comunicat decât să-i spui cuiva acelaşi lucru, direct în faţă. Într-o lume sufocată de limbajul informaticii şi inundată de formulare de afaceri şi mesaje oficiale, o scrisoare bine concepută este ca o rază de soare coborînd pe biroul cuiva. Persoana care a expediat-o este mulţumită că a făcut acest lucru, iar persoana care a primit-o se simte chiar şi mai mulţumită decât prima. Scrierea unor astfel de scrisori, atât personale cât şi de afaceri, ar trebui să constituie un reflex condiţionat pentru un membru al conducerii. Unei persoane din corpul executiv nu ar trebui să i se amintească să scrie astfel de scrisori.

Această secţiune a cărţii de faţă se ocupă cu partea personală a scrierii unei scrisori de afaceri. Nu numai că alcătuirea unei asemenea scrisori presupune o structură, o formă, o etichetă, dar cel ce redactează scrisori personale bune trebuie să-şi folosească sentimentele la fel de bine ca şi stiloul sau clapele maşinii de scris, pentru a comunica un mesaj. Informaţia următoare acoperă tipurile de scrisori care fac plăcere simultan tuturor oamenilor ce îndeplinesc o funcţie eficientă şi, indirect, îmbunătăţesc imaginea celor ce le-au scris, în mediul lor de afaceri. Nu contează dacă autorul conduce o firmă, o fabrică sau o bancă.

Sfera acestui gen de scrisori de afaceri cuprinde totul, începând cu urările de succes adresate cuiva în noua sa afacere şi sfârşind cu explicaţiile date preşedintelui unei agenţii publicitare sau unei agenţii de relaţii cu publicul în legătură cu profitul; de la redactarea unei scrisori de condoleanţe adresate recepţionerei biroului cu ocazia decesului soţului ei până la prezentarea unui prieten din conducere unor parteneri de afaceri din Rio de Janeiro.

Influenţa unei bune scrisori este considerabilă. Am văzut multe exemple de acest gen. Un consilier a înmânat din partea organizaţiei din care făcea parte o scrisoare de mulţumire unei doamne din conducerea companiei care fabrica cazane cu aburi şi care oferise o petrecere pentru douăsprezece persoane, la care fusese invitat şi el. Nimeni altcineva dintre participanţi nu se gândise să trimită o scrisoare de mulţumire gazdei. După primirea scrisorii, destinatara a făcut-o să circule, sugerând celorlalţi din consiliul de conducere că ar trebui să trimită asemenea scrisori clienţilor din afara şi în mod deosebit cumpărătorilor mai însemnaţi ai companiei. Compunerea unei scrisori reuşite care să conţină şi o notă personală, dar care să fie de afaceri, nu este numai cel mai potrivit şi amabil lucru pe care trebuie să-l faci, ci este şi cel mai inteligent.

Cel ce se simte lipsit de inspiraţie în scrierea scrisorilor nu are decât să meargă la Biblioteca publică şi să-şi petreacă puţin timp parcurgând vestitele colecţii de scrisori, de unde se poate inspira. (Un exemplu: Citeşte toate volumele operei clasice „Elemente de stil" Macmillan de Strunk şi White, ediţie revăzută, 1959. Merită să ştii cum trebuie folosită corect limba engleză.)

Forma potrivită a unei scrisori de afaceri

Scrisorile tale trebuie să arate întotdeauna profesionalism şi să fie bine întocmite. Până una alta, ele te reprezintă pe tine. Pentru început, alege hârtie de scris

potrivită pentru această ocazie (vezi capitolul 7 - „O bună comunicare vizuală"). Nu încerca să scrii o scrisoare lungă pe o carte de vizită pentru corespondenţă. Nu trimite o notă de mulţumire pe o hârtie de birou cu antet, pentru însemnări, când ai hârtie de calitate şi nu irosi hârtia de corespondenţă pentru însemnări de birou.

Asigură-te că numele destinatarului este scris corect şi că ai pus un titlu adecvat. Fii îngrijit întotdeauna în tot ce faci, fie că scrisoarea este scrisă de mână sau dactilografiată. Nu lăsa scrisorile trimise prin poştă să fie pline de greşeli de ortografie sau sublinieri, fiindcă ele te reprezintă pe tine sau compania ta.

Prea multă familiaritate într-o scrisoare poate face ca lucrurile să înceapă prost. Tinerii directori, mai ales, trebuie să fie atenţi în mod deosebit în folosirea numelor proprii, în special în scrisorile adresate unor oameni din alte ţări, care deja îi consideră pe americani excesiv de neoficiali. Iată câteva formule pentru începutul unei scrisori:

Circumstanţe	*Adresarea potrivită*	*Comentariu*
Pentru o persoană cu care te întâlneşti, îţi este mai mult sau mai puţin apropiată şi la sfârşitul întâlnirii vă spuneţi pe nume.	„Dragă Joe"	
Pentru o persoană din executiv pe care tocmai ai întâlnit-o şi simţi că nu e potrivit să i te adresezi pe numele mic. Foloseşte ambele nume în adresarea ta - un semn că nu vrei să fii rigid sau excesiv de formal.	„Dragă Joe Williams"	Este foarte probabil ca el să-ţi răspundă folosind numele mic - „Dragă Alice" -, este un semn că într-o viitoare corespon-denţă poţi să-i foloseşti şi tu numele mic. Totuşi, dacă în scrisoarea urmă-toare nu ţi se adresează astfel, vei continua să te adresezi folosindu-i numele de familie.
Pentru un director tânăr care i se adresează unui director mai în vârstă, superior. Nu folosi „Dragă Joe" pentru a i te adresa fiindcă este prea agresiv şi extrem de familiar.	„Dragă domnule Williams"	Chiar dacă el s-ar putea să-ţi răspundă cu „Dragă Alice", tu trebuie să i te adresezi în continuare cu „Dragă domnule Williams", până când îţi va cere el să-i foloseşti numele mic.

Unii oameni sunt recunoscuţi pentru modul foarte stilizat al formulelor cu care îşi încheie scrisorile. Pentru oamenii de afaceri este suficientă o expresie cum ar fi „Cu sinceritate" sau „Al dumneavoastră devotat...". Pentru o scrisoare adresată preşedintelui Statelor Unite sau unei înalte oficialităţi bisericeşti, se va folosi o expresie de genul „Al dumneavoastră cu respect", care este mai potrivită.

Dacă semnătura ta este indescifrabilă şi dacă numele şi titlul nu se găsesc la începutul scrisorii, este necesară o semnătură dactilografiată. Aminteşte-ţi să semnezi întotdeauna scrisorile înainte ca acestea să fie expediate (sau pune pe

cineva să ţi le semneze). În ziua de azi se primesc foarte multe scrisori nesemnate, lucru ce denotă o gravă neglijenţă. Dacă nu semnezi tu personal scrisoarea, cel care o semnează pentru tine trebuie să adauge, după ce a reprodus semnătura ta, iniţialele numelui său, cu sau fără fraza: „semnat în absenţa lui/ei".

Reguli de protocol pentru cel care semnează scrisorile

Dacă un membru tânăr dintr-un executiv redactează o scrisoare importantă, cel care o semnează trebuie să ţină seama de protocol.

- Membrii tineri din conducere pot semna, bineînţeles, scrisori adresate unor oameni care sunt mai mult sau mai puţin colegi cu ei.
- Scrisorile membrilor tineri din conducere, adresate superiorilor din afara biroului, trebuie să fie semnate de cineva cu o funcţie mai înaltă şi care lucrează la acelaşi proiect, de exemplu, o persoană apropiată în rang de destinatarul scrisorii. Îndată ce scrisorile de bază, în legătură cu proiectul, au fost schimbate între cele două părţi, poate semna şi tânărul director propria sa scrisoare adresată unui membru superior de conducere, din afară, numai că cel de-al doilea trebuie să înţeleagă că cel tânăr este la curent cu toate aspectele respectivului proiect.

Scrisorile cu antetul biroului destinate problemelor de afaceri

O corporaţie trebuie să impună reguli stricte atât angajaţilor, cât şi conducerii, în legătură cu utilizarea hârtiei purtând antetul companiei într-o corespondenţă care nu are legătură cu afacerile acesteia. Blancurile cu antetul companiei pot fi utilizate în alte scopuri decât corespondenţa de afaceri numai de către membrii din conducerea superioară (preşedinţi, vicepreşedinţi etc.) şi chiar şi ei trebuie să facă acest lucru cu discreţie.

Iată situaţiile în care nu trebuie folosită hârtia cu antet:

- pentru strângerea de fonduri politice sau de caritate;
- pentru trimiterea scrisorilor ce conţin opinii controversate (cum ar fi „scrisoarea către editorul ziarului local");
- pentru afaceri personale cu scop pecuniar care nu au legătură cu compania la care lucrezi;
- pentru a adresa o cerere privind procese judiciare în care eşti implicat personal;
- în scopuri pur personale (de exemplu, o scrisoare de dragoste).

Când te ocupi de corespondenţa unui membru din conducere în absenţa lui

Când o persoană din conducere este plecată de la birou pentru o perioadă de timp, se strânge, inevitabil, o mare cantitate de corespondenţă. A-i face faţă la întoarcere ar însemna neglijarea altor obligaţii care cer atenţie. Încă o trăsătură foarte importantă a bunelor maniere este de a răspunde prompt la corespondenţă.

Tocmai de aceea este bine ca secretara sau asistentul să se ocupe de corespondenţa respectivului membru din conducere chiar din momentul sosirii scrisorilor. Trebuie să răspundă imediat la ce se poate răspunde, sau să explice pentru ce va întârzia răspunsul, la o anumită problemă, care se impune a fi supusă atenţiei persoanei din conducere.

Iată un exemplu de răspuns interimar, care îi permite persoanei din conducere să întârzie cu răspunsul său la scrisoare:

„... vă răspund din partea domnului Hendrick la scrisoarea pe care i-aţi trimis-o pe data de 8 iunie. Dânsul este plecat pentru câteva zile; scrisoarea dv. îi va fi adusă la cunoştinţă imediat ce se va întoarce".

Dacă cel care răspunde la scrisori îl cunoaşte bine pe expeditorul scrisorii, tonul poate fi mai puţin oficial:

„... vă răspund din partea domnului Hendrick la scrisoarea pe care i-aţi trimis-o pe data de 8 iunie. Dânsul este la pescuit, în Canada, pentru două săptămâni şi se pare că a prins un sezon bun. Va lua legătura cu dumneavoastră cât de curând posibil, imediat după ce se întoarce".

În cazul de mai sus secretara domnului Hendrick îi cunoaşte îndeajuns de bine atât pe şeful ei, cât şi pe corespondent, încât să-i poată împărtăşi informaţia despre excursia de pescuit.

Dacă respectivul membru din conducere este bolnav, secretara trebuie să se abţină de la menţionarea acestui lucru în răspunsul la corespondenţă, dacă nu s-a aflat deja de boală şi nu a fost confirmată de companie. Zvonurile zboară cu mare viteză. Înainte ca secretara să-şi dea seama, boala persoanei din conducere va deveni un motiv clar de bârfă.

Dacă boala este îndeajuns de serioasă ca să înspăimânte şi este deja un fapt cunoscut, secretara trebuie să fie în continuare imparţială în răspunsurile date la corespondenţă.

„Ştiu cât de mult va aprecia doamna Jones veştile de la dumneavoastră. Vă va răspunde la scrisoare de îndată ce se va simţi mai bine".

Sau, dacă starea persoanei din conducere este foarte gravă:

„Vă mulţumim pentru urările şi interesul ce-l dovediţi. Doamna Jones va fi încântată să afle de scrisoarea dumneavoastră".

Conţinut adecvat unei scrisori de afaceri obişnuită

- *O bună scrisoare de afaceri obişnuită trebuie să fie scurtă.* Cea mai scurtă scrisoare de acest gen, pe care am primit-o vreodată, a fost aceea trimisă de un conducător care încerca mereu să mă înveţe să-mi scurtez expunerile. Când, în sfârşit, am reuşit să realizez acest lucru, mi-a trimis o scrisoare pe adresa de acasă, care a fost extrem de scurtă, dar am savurat fiecare din cuvintele ce le conţinea. Mesajul a fost: „Dragă Tish, asta este!".
- *O bună scrisoare de afaceri este îngrijită, cinstită, simplă şi promptă.* Câteodată detaliile sunt mai importante decât conţinutul.
- În general este bine să strecori şi ceva obişnuit şi personal într-o scrisoare de afaceri, imediat după introducere:

„... A fost foarte plăcut să te întâlnesc ieri la petrecere. Arătai superb şi mi-am adus aminte că nu ţi-am trimis nici până în ziua de azi articolul pe care ţi l-am promis...".

Sau, în ultimul paragraf al scrisorii:
„... Îţi doresc ţie, Serenei şi copiilor un Paşte fericit. După iarna prin care am trecut sper din toată inima să vă aflaţi într-un loc călduros şi însorit".
Sau poţi scrie câteva rânduri de mână la sfârşitul unei scrisori dactilografiate.

- Dacă ai de făcut cunoscut ceva important, scrie pe o bucată de hârtie separată sau trimite o altă scrisoare, care să conţină numai informaţii referitoare la afaceri. Astfel, scrisoarea ta de afaceri poate să ajungă la destinatar fără a fi inclus în ea vreun comentariu personal.
- *Puţin umor şi o uşoară laudă* la adresa destinatarului scrisorii sunt doi factori constanţi de succes în scrierea scrisorilor.

„... Imediat după fraţii Rockefeller, tu poţi fi cel mai de nădejde cadru executiv din SUA. Succesul tău va fi fenomenal!".

- *Abţineţi-te de la folosirea unui limbaj obscen într-o scrisoare*, chiar dacă crezi că acest lucru va accentua punctul principal. Un cuvânt sau o expresie urîtă este întotdeauna şi mai exagerată când este dactilografiată. Scade nivelul textului.
- *Asigură-te că primul paragraf din scrisoare relevă clar scopul acesteia.* Nu-l obliga pe destinatar să scormonească prin nimicuri, în încercarea de a găsi scopul real al scrisorii.
- Înainte de a scrie scrisoarea fă o listă cu toate punctele pe care trebuie să le cuprindă şi foloseşte-o ca ghid în construirea paragrafelor, punct cu punct. Iată un tip simplu de listă:
  - complimentează-ţi corespondentul pentru recentul său meci de golf;
  - descrie-i noua ta gamă de produse şi explică-i de ce acestea i-ar putea fi de folos lui;
  - menţionează exclusivitatea lor;
  - spune-i când şi ce cantitate îi poţi furniza;
  - referă-te la preţ;
  - dă-i veşti despre colegii de breaslă;
  - semnează.
- *Nu exagera, urmărind să-l convingi.* Îţi scade credibilitatea. Este bine să exagerezi cu urările - „Îţi urez un milion de realizări pentru noua ta întreprindere" - dar nu este bine să spui „toţi concurenţii tăi au luat noul nostru produs", dacă nu este adevărat.
- *Scrie simplu.* Sfatul lui Malcolm Forbes este de „a căuta să renunţi la toate cuvintele şi propoziţiile care nu sunt necesare - chiar şi paragrafe întregi". Fratele meu, Mac Baldrige, a repurtat un mare succes când a programat procesoarele de cuvinte ale Departamentului comerţului astfel încât să respingă jargonul şi formulările incorecte din punct de vedere gramatical (de exemplu, a priorita, linia din fund, impacta folosit ca verb etc.). Acesta a fost unul din primii paşi pe care i-a făcut ca ministru al comerţului în administraţia Reagan.
- *Scrie interesant.* Citeşte sfaturile lui William Safire, comentator la New York Times, privind cuvântul tipărit, astfel încât să înveţi să foloseşti modelele de discursuri corect, dar adăugându-le stilul tău propriu.
- *Redactează cu atenţie orice scrisoare importantă.* Rescrie scrisoarea dacă trebuie, astfel încât să fii sigur că e clară şi-şi atinge scopul şi că nu conţine „confuzii inutile". Acest lucru este valabil atât pentru scrisorile de afaceri obişnuite, cât şi pentru cele strict profesionale.

Cele ce urmează sunt genurile de scrisori pe care oamenii de afaceri trebuie să ştie cum să le scrie. Bineînţeles, fiecare om are stilul lui de a scrie. Nu încerc să vă conving să vă însuşiţi cuvintele mele, ci să vă arăt cum aş scrie eu scrisorile. Observaţi forma şi tonul; reţineţi ceea ce este potrivit şi ce nu, şi scrieţi folosind propriile voastre cuvinte.

Scrisori referitoare la privilegii

Este mult mai uşor să ceri sau să refuzi o favoare în scris decât verbal. Dacă i-o spui cuiva direct, în faţă, aceasta îţi poate afecta situaţia în sens negativ.

Scrisoare prin care ceri o favoare

Paragraful cu care începi: un mesaj personal	... Mi-a făcut mare plăcere să te văd pe tine şi pe Marge la reuniune. Nu îmbătrânim, ci devenim doar mai înţelepţi, mai maturi şi mult mai exersaţi, atât fizic, cât şi intelectual, decât am fost vreodată la liceu.
Ceri de la început favoarea pe care o doreşti, dar admiţi şi că s-ar putea să nu ţi se acorde	Aş vrea să-ţi cer o mare favoare, care poate fi de domeniul imposibilului. (Urmează textul, enunţarea succintă a tuturor informaţiilor necesare, inclusiv programul etc.)
Încheiere personală, inofensivă	Repet că înţeleg perfect dacă ceea ce îţi cer nu este realizabil. În orice caz mi-a părut bine să vă văd la întrunire şi sper ca drumurile noastre să se mai întâlnească într-un viitor apropiat; vă transmite şi Jennie, împreună cu mine, cele mai bune urări de Anul nou...

Scrisoare prin care refuzi o favoare cuiva

Imposibilitatea rezolvării problemei să fie menţionată de la bun început	... Este dureros să nu fii în stare să faci o favoare, dar a nu fi capabil să-ţi ajuţi un prieten adevărat este şi mai greu.
Sunt date explicaţii scurte şi clare despre motivul nerezolvării problemei *Schimburi de saluturi între soţii.* *Scrisoarea se termină cu speranţa unei alte întâlniri şi promisiunea de a fi de ajutor în viitor*	L-am sunat pe Pete imediat ce am primit scrisoarea ta din 3 ianuarie, ca să văd dacă pot să rezolv ceva. (Etc.) Marge te îmbrăţişează pe tine şi pe Jen cu dragoste. Trebuie să ne revedem foarte curând şi să nu aşteptăm o întâlnire cu toţi ceilalţi. Pete, sper că data viitoare când o să-mi scrii, voi fi în stare să acţionez cu viteza lui Superman. De data asta te-am lăsat baltă, dar nădăjduiesc ca în viitor să te pot ajuta.

Mulţumiri pentru o favoare, oricât de mică

Când cineva îţi face o favoare, este înţelept să-i mulţumeşti pe loc, înainte de a uita s-o faci. Dacă vei fi cunoscut ca o persoană care scrie imediat pentru a mulţumi, vei fi considerat ca un om atent şi manierat. Oamenii vor fi tentaţi să-ţi acorde şi mai multă consideraţie, văzând că le eşti recunoscător pentru că te-au ajutat şi că eşti capabil de reciprocitate.

O notă de mulţumire cere un foarte mic efort. Nu-ţi răpeşte decât 5 minute din timpul tău, din clipa în care te apuci să scrii până când ai pus-o la cutie. Sunt suficiente doar câteva cuvinte.

„... Faptul că mi-ai împrumutat maşina ta, din garajul companiei, în această dimineaţă când nu am putut s-o pornesc pe a mea, a fost un *gest salvator.* Am ajuns la timp pentru şedinţă, la sediul conducerii din Aetna, şi era foarte important să ajung la timp. Îţi rămân îndatorat. Mulţumesc!"

Scrisoare prin care-i transmiţi unei persoane din ce motive nu a fost angajată, sau unei agenţii de ce nu a primit acordul unei colaborări

Un pretendent serios la ocuparea unui post de conducere trece printr-o experienţă chinuitoare, ce constă în verificări şi aşteptarea la nesfârşit a telefoanelor care să-l anunţe dacă el sau ea va fi ales pentru funcţia respectivă. Aşa se procedează la o agenţie de reclamă publicitară sau la o agenţie de relaţii cu publicul, o firmă de arhitectură sau orice alt fel de agenţie care urmăreşte realizarea unor contracte sau a unor beneficii. Câteodată, cu toate că se fac investigaţii discrete, luni de zile nu se primeşte nici un răspuns de la ei. Este un mod foarte neîndemânatic de a respinge pe cel care a concurat, lăsându-l să afle că a obţinut slujba altcineva, prin intermediul „zvonurilor" sau, chiar şi mai rău, din ziar. Corporaţiile americane sunt foarte ferme în a acorda oricui şansa de a ocupa un post, dându-le informaţii prompte şi detaliate. Din nefericire şi ele sunt neatente când trebuie să-l anunţe, pe cel interesat, dacă acesta nu a obţinut postul.

Există un egoism teribil al companiilor privind modul de tratare a persoanelor care concurează în vederea cooptării în afacerile lor. Ar lua foarte puţin timp un telefon dat fiecărui „concurent fără succes" spre a-l informa asupra deciziei luate de companie (chiar în ziua în care a fost luată hotărîrea). Urmează o scrisoare cu explicaţii pentru destinatar şi echipa lui, pentru că, descori, oamenii când sunt emoţionaţi nu reţin ceea ce li se spune la telefon.

Scrisoare către o persoană care nu a obţinut postul

Altcineva a obţinut postul

... După cum v-am spus astăzi la telefon, postul pentru care aţi fost luat în considerare a fost dat unui alt avocat, o femeie cu peste 15 ani de experienţă în domeniu. Am considerat că acest aspect al activităţii ei îi conferă un avantaj net asupra celorlalţi candidaţi cu o înaltă calificare.

Motivul pentru care l-a obţinut altcineva

Complimentează persoana respectivă pentru modul în care s-a prezentat	Îmi pare foarte rău pentru dumneavoastră, deoarece referinţele pe care le aveţi sunt foarte bune şi v-aţi prezentat în mod deosebit. Am fost foarte impresionaţi cu toţii de dumneavoastră şi am dori să păstrăm legătura pentru cazul în care s-ar ivi o altă ocazie.
Uraţi-i persoanei noroc şi mulţumiţi-i	Îmi pare rău că lucrurile nu s-au desfăşurat aşa cum am sperat. Nădăjduiesc să aveţi succes în găsirea unui post de consilier juridic. Asociaţii mei şi cu mine vă mulţumim şi vă dorim numai bine.

Scrisoare către o agenţie care nu a primit acordul unei colaborări

O altă agenţie a obţinut colaborarea	... După cum am discutat astăzi la telefon, preşedintele a selectat agenţia X pentru a ţine în evidenţă contabilitatea. Am avut de luat o decizie foarte dificilă şi am sfârşit prin a alege cealaltă agenţie datorită solidei sale experienţe pe plan internaţional în domeniul marketingului
Motivul pentru care a avut câştig de cauză altă agenţie	
Complimentează agenţia respectivă pentru modul în care s-a prezentat	Ştim cu toţii că aţi fi făcut o treabă bună şi apreciem timpul şi efortul creator depus de agenţie cu ocazia prezentării. Aţi făcut o impresie excelentă, creativitatea impresionantă şi ideile dv. eficiente în legătură cu planurile companiei au fost de nepreţuit, inspirându-ne un nou mod de a vedea lucrurile
Mulţumeşte-i agenţiei şi urează-i noroc	Sper ca aceasta să nu fie ultima dată când încercăm să realizăm un proiect împreună. Vă rog să aduceţi mulţumiri echipei care a elaborat prezentarea dv. şi eu vă transmit personal toate cele bune pentru acest an

Scrisori de referinţă şi recomandare

Când ţi se cere să elaborezi o scrisoare de recomandare pentru un coleg de afaceri, ţine cont de următoarele:

- *scrie scrisoarea imediat ce ai consimţit să faci acest lucru*, de preferat în cel mult 24 ore. Altfel poţi să uiţi, sau o poţi scrie într-o asemenea grabă încât scrisoarea să fie neproductivă;
- *include şi un curriculum vitae al persoanei respective* încât să nu fii nevoit după aceea să ocupi mult spaţiu cu diferite detalii referitoare la activitatea acesteia.
- *înainte de a elabora scrisoarea, fă o listă cu punctele pozitive ale persoanei;* pentru a fi sigur că le-ai abordat pe toate în scrisoare;
- dacă trebuie să scrii o scrisoare adresată administraţiei unui bloc în care colegul tău vrea să obţină un apartament, *menţionează neapărat „solvabilitatea financiară" a respectivului coleg;*

- dacă nu ai încotro, şi trebuie să scrii o recomandare pentru cineva pe care nu vrei să-l ajuţi, *poţi scrie o scrisoare lipsită de entuziasm, indiferentă*, care-l va pune în gardă pe destinatar (vedeţi exemplu ce urmează);
- când ai trimis o scrisoare de recomandare pentru un prieten, *nu-i trimite* şi lui o copie a scrisorii decât dacă este hiperbolică. Trimite-i totuşi o notă prin care să-i spui că ai expediat conştiincios o scrisoare de recomandare pentru el şi indică-i data când ai trimis-o;
- nu uita să incluzi în scrisoare toate informaţiile necesare unei scrisori de recomandare:
  - numele întreg al persoanei;
  - titlul şi adresa întreprinderii unde lucrează;
  - adresa de acasă, dacă este cazul;
  - numele membrilor familiei sale şi vârsta copiilor lui, dacă e cazul;
  - numele celui care l-a propus, precum şi alte scrisori de adeziune, în cazul în care îl propui ca asociat;
  - orice calitate atletică, dacă propui pe cineva pentru un club cu posibilităţi de practicare a sporturilor.

Scrisoare de prezentare a unei persoane care se mută într-un alt oraş

... Joe Doakes şi familia lui se mută în Akron săptămâna viitoare, unde va deschide un nou birou pentru compania lui, Grupul „Academici de Marketing", printre ai cărei fondatori se numără. Adresa lui de la birou este: strada Lake nr. 1 300, Akron 00000, iar numărul de telefon - 000-0000. Joe mi-a spus că a fost destul de norocos ca să găsească aşa de repede o „casă perfectă", pe care au şi achiziţionat-o, la numărul 34 pe strada Shoreacres, 0000.
Vei observa în biografia alăturată scrisorii că Joe a înaintat rapid în cariera sa, pentru un bărbat de numai 40 de ani. Soţia lui, Jeannie, este sclipitoare şi atrăgătoare şi tot aşa sunt şi copii lor, Joe-junior (16) şi Clare (12). Nu numai că îmi sunt nişte prieteni personali foarte apropiaţi, dar Joe este un investitor important într-unul dintre noile mele proiecte, astfel încât aş aprecia orice ai putea face pentru a-i ajuta. I-am spus lui Joe să te sune în cursul acestei săptămâni.
Noi suntem bine cu toţii. Cei doi mai mici termină anul acesta colegiul, mulţumesc lui Dumnezeu. Susy şi cu mine vă transmitem, ţie şi lui Michele, afecţiunea noastră...

Scrisoare de recomandare a unei persoane ca membru al unui club

... Este o onoare pentru mine să susţin familia John Boyton Wright pentru obţinerea statutului de membru al clubului Rolling Hills. Supun examinării membrilor comitetului următoarele informaţii:
John Wright, în vârstă de 38 de ani, tocmai s-a mutat în Tennessee împreună cu soţia sa Gloria şi cu cei 3 copii - Amy (12), Russell (10) şi Nils (7). John este

vicepreşedintele companiei Erie Cement şi a fost transferat aici pentru a fonda un sediu în Tennessee. Amândoi sunt absolvenţi ai Universităţii Berkeley din California. Familia deţine în prezent statutul de membru al cluburilor Erie Country şi Downtown Athletic.

John este un jucător de tenis de primă mână şi a fost căpitan al echipei de squash din Berkeley. Şi Gloria este o excelentă jucătoare de tenis. Ea a fost în utlimii 5 ani liderul feminin al echipei celui mai mare spital din împrejurimi. Toţi cei trei copiii sunt atleţi în devenire şi întreaga familie este atrăgătoare, plină de strălucire şi farmec. Familia Wright m-a asigurat, de asemenea, că vor folosi facilităţile oferite de club pe care John, în noua lui poziţie, va trebui să-l frecventeze în mod regulat.

În biografia de serviciu a lui John Wright vei găsi adresele şi numerele lui de telefon.

Alte scrisori care l-au propus şi îl susţin au fost scrise de George Humphries, Janet Wilkerson, Tim Wright, Dick Jones şi Neil Gallo.

Sunt onorat să propun familia Wright pentru obţinerea statutului de membru al clubului Rolling Hills...

Recomandare indiferentă pentru acordarea statutului de membru al unui club

... Răspunzând unei rugăminţi insistente din partea unui coleg, John Doe, care este nerăbdător să fie acceptat, adresez această scrisoare membrilor Comitetului executiv al clubului Hopeful.

L-am cunoscut pe John, întâmplător, acum câţiva ani şi trimit alăturat biografia lui, care vă va furniza detalii importante în ceea ce priveşte activitatea sa.

Aş fi încântat să le relatez celor din comitet despre calificarea şi despre cât este de potrivit pentru a deveni membru al clubului...

Recomandări pentru obţinerea statutului de membru într-o organizaţie profesională

Către
Preşedintele Comitetului Forumului Femeilor

Scopul acestei scrisori este de a o propune pe doamna Jane Marston, vice-preşedintă a Reţelei Cable CYC Sports, pentru primirea statutului de membru în Forumul Femeilor.

O cunosc pe Jane de 14 ani şi am urmărit evoluţia carierei sale pe măsură ce s-au multiplicat activităţile ei. Detaliile biografiei ei, numeroasele premii pe care le-a primit în domeniul televiziunii, precum şi activitatea sa ca membru al câtorva consilii de conducere din fruntea unor instituţii non-profit, o recomandă. Dânsa a avut contribuţii remarcabile în lupta contra consumului de droguri şi are reputaţia de a fi o prezenţă activă în industria comunicaţiilor, se preocupă de comunitatea ei şi face ceva în acest sens.

Jane este soţie şi mamă a doi copii. A reuşit să împace viaţa de familie cu cea profesională, cu o deosebită iscusinţă. Nu cunosc pe cineva mai potrivit pentru a

deveni membru al Forumului şi sper că această propunere privind obţinerea statutului de membru va fi examinată cu atenţie de Comitet...

Scrisoare de recomandare pentru un membru din conducere care a fost concediat

Când eşti nevoit să concediezi pe cineva din conducere din cu totul alte motive decât furt sau incompetenţă, dă-i o scrisoare de recomandare din partea unui membru superior din conducere. O astfel de scrisoare adresată „Celor interesaţi" trebuie să conţină următoarele:

	Pentru cei interesaţi
Datele privind perioada în care a lucrat pentru companie şi cu ce randament	Doamna Anne Garrison a lucrat pentru Atkins & Boyd de la 1 septembrie 1982 la 1 septembrie 1986, la început ca secretara directorului, iar din 1984 în calitate de contabil şef. Din cauza unei reorganizări a personalului din conducere şi a unor dificultăţi financiare ale companiei, suntem nevoiţi să renunţăm la serviciile ei
Menţionaţi motivele concedierii	
Explicaţi ce realizări a avut şi care îi sunt calităţile deosebite	În timpul celor patru ani cât a lucrat la noi s-a dovedit a fi o membră loială, inteligentă şi cu multe idei novatoare, a corpului executiv. Promovarea ei rapidă din funcţia de secretară în cea de contabil şef a fost pe deplin meritată. S-a adaptat repede şi a fost interesată de obiectivele companiei, sprijinindu-ne în acest sens. Are calităţi remarcabile şi este gata oricând să participe la elaborarea de noi proiecte şi propuneri pentru noi afaceri. Are păreri creatoare şi este capabilă să elaboreze soluţii practice. Scrie foarte bine şi are spirit de echipă. O recomand cu toată răspunderea ca pe o persoană capabilă şi conştiincioasă.
Oferiţi-vă să discutaţi cu orice viitor patron	Vă stau la dispoziţie cu plăcere pentru a răspunde la orice întrebare despre serviciul prestat de dna Garrison în această companie.

Cereri de demisie

În majoritatea cazurilor de demisie, este înţelept ca persoana care demisionează să elaboreze o cerere cât mai pozitivă posibil. Fie că ai ales tu să demisionezi, fie că eşti forţat să o faci, cererea va rămâne la dosar şi va fi văzută în viitor de persoane care ar putea să aibă vreo influenţă asupra vieţii tale.

Cerere de demisie din partea unei persoane care a fost mulţumită de serviciu

Enunţă motivele demisionării

... Cu mare regret mă văd nevoit să înaintez cererea de demisie din cadrul Seafarb, începând cu 9 februarie 1986, după 8 ani foarte fericiţi şi productivi de serviciu. Motivul demisionării este unul de ordin personal - înrăutăţirea sănătăţii soţiei mele. Medicii au sfătuit-o să se mute imediat într-un climat mai cald şi uscat, şi sănătatea ei este pe primul plan în viaţa mea. Am urmărit cu mândrie dezvoltarea companiei, de la vânzările de 2 milioane dolari, la peste 100 milioane. În aceste ultime luni m-am gândit deseori la ce o să-mi lipsească mai mult când voi părăsi compania şi răspunsul a fost de fiecare dată acelaşi: oamenii. Nu o să-mi lipsească doar cei din conducere, ci şi angajaţii, care mi-au oferit prietenia şi susţinerea lor de-a lungul tuturor acestor minunaţi ani. Vă doresc dumneavoastră şi tuturor membrilor echipei Seafarb un viitor strălucit şi fericit.

Complimentează conducerea şi angajaţii

Cerere de demisie din partea unei persoane care nu a fost mulţumită în timpul serviciului

Este important ca dosarul unei persoane din corpul executiv să nu reflecte o plecare extrem de supărată şi ranchiunoasă. Doar nu vă doriţi să fiţi hărţuit după aceea de resentimente.

Se cuvine să se prezinte o explicaţie a motivelor pentru care a fost nemulţumit în serviciu. Totuşi acestea se dau fără să se facă vreo declaraţie care să scadă reputaţia companiei sau a personalului acesteia.

Explică motivele

Solicit demisia de la Seafarb începând cu data de *demisiei* 15 august 1986, după 6 ani de activitate ca asistent al vicepreşedintelui şi apoi ca vicepreşedinte al firmei Înaintez cererea de demisie în semn de protest faţă de lipsa de sprijin din partea conducerii, pentru atât de necesarul plan pe care am fost desemnat să-l elaborez în vederea restrângerii funcţiilor de conducere ale companiei.

Menţionează cu mândrie realizările tale

Am ataşat cererii o copie a raportului meu final spre a fi îndosariat împreună cu această cerere. Raportul reprezintă cercetările şi planurile întocmite cu asiduitate de-a lungul anilor, astfel încât îmi este deosebit de dificil să accept acuzaţia că n-aş fi fost în stare să-mi termin munca pe care am fost angajat să o fac şi care este de primă necesitate pentru binele companiei. Sunt mândru că în aceşti şase ani am reuşit să aduc contribuţii substanţiale atât la venitul net din vânzări angro, cât şi la cel brut al compartimentului meu. Mi-a făcut plăcere să-i cunosc pe minunaţii oamenii ai acestei companii. Seafarb este o organizaţie de primă clasă şi îi urez numai bine pentru viitor....

Încheie printr-un paragraf în care urează companiei numai bine

Scrisori de acceptare sau refuz ca răspuns la invitaţia de a te alătura consiliului de conducere al unei instituţii non-profit

Scrisoare de acceptare

... Invitaţia dumneavoastră, prin care sunt solicitat să mă alătur consiliului de conducere al Institutului de alfabetizare Melton, este o mare onoare şi o accept cu plăcere.
Am urmărit paşii uriaşi pe care i-a făcut institutul în cadrul comunităţii şi chiar în afara statului nostru în vederea combaterii analfabetismului în creştere. Sub conducerea domnului Melton, sper să fiu capabil să contribui la activităţile desfăşurate de institut. Voi căuta, de asemenea, modalităţi prin care compania mea v-ar putea ajuta în muncă.
Aştept cu nerăbdare să lucrăm împreună, domnule dr. Melton, precum şi cu personalul institutului.

Scrisoare de refuz

... Cu mare regret mă văd nevoit să resping invitaţia dumneavoastră de a mă alătura consiliului de conducere al Institutului de alfabetizare Melton.
Am admirat îndelung excelenta muncă de combatere a analfabetismului dusă de competenţii oameni din acest institut. Programul dumneavoastră şi-a atras stima şi admiraţia naţională.
Motivul datorită căruia mă văd nevoit să refuz această onoare este că sunt deja suprasolicitat de două funcţii în alte consilii de conducere. Am în vedere în momentul de faţă şi unele schimbări în cadrul companiei mele şi trebuie, mai degrabă, să-mi restrâng decât să-mi lărgesc activităţile din afară.
Voi rămâne, cu siguranţă, un sprijinitor al institutului şi sper să apelaţi la sfaturile şi ajutorul meu ori de câte ori veţi avea nevoie.
Toate cele bune şi un an plin de succes în minunata dumneavoastră muncă...
(Notă: Dacă un cec de donaţie însoţeşte scrisoarea de refuz, dezamăgirea va fi mai mică pentru institut.)

Scrisoare de refuz privind lauda sau sprijinul în scopuri comerciale

Poţi mulţumi cuiva când primeşti de la persoana respectivă ceva, fără să fii nevoit să-l aprobi în vreun fel.

Vă mulţumesc foarte mult pentru faptul că mi-aţi trimis noua carte a lui Daisy Mendendorf. Este impresionantă şi voi fi bucuros să o parcurg atunci când programul meu îmi va permite o asemenea plăcută îndeletnicire...

Sau

Ce drăguţ din partea dumneavoastră să-mi trimiteţi o mostră a ultimului dumneavoastră produs. Îl voi încerca, cu siguranţă, când îmi va permite timpul. Vă mulţumesc că v-aţi gândit la mine...

Scrisori de protest

Redactarea scrisorilor de nemulţumire

Redactarea unei plângeri cu adevărat eficientă cere timp şi gândire. Nu o trimite imediat după ce ai scris-o, pentru că ea oglindeşte, probabil, mult prea relevant, emoţia şi furia. Reciteşte-o cu obiectivitate a doua zi, corectează greşelile (inclusiv cele gramaticale) şi îndepărtează orice notă de emotivitate. Gândeşte-te că scrisoarea ta poate fi arătată multor oameni. Fii politicos. De obicei se acţionează cu mai mare rapiditate când scrisoarea este redactată într-un mod sobru, decât ca urmare a uneia isterice. Renunţă, de asemenea, la sarcasm în conceperea ei. (Când eu sunt cea jignită, am tendinţa de a presăra plângerea cu sarcasm, precum sosul picant pe un hamburger, dar aceasta nu ajută niciodată.)

Model de scrisoare de protest

Dragă domnule Jones,

Invitaţiile tipărite de compania dumneavoastră au ajuns cu o întârziere de două săptămâni faţă de data stabilită.

Am angajat compania dumneavoastră să tipărească o invitaţie foarte importantă pentru sărbătorirea celei de-a 50-a aniversări a companiei. Vi s-au dat un mare număr de informaţii despre cum vrem să arate aceste invitaţii. Vă trimit alăturat o notă, pe care mi-a dat-o directorul de la *evenimente speciale*, domnul Ronald Smith, şi care conţine în detaliu greşelile de tipar, dispunerea în pagină şi descompunerile de culoare necorespunzătoare. Invitaţiile pe care ni le-aţi livrat sunt de neacceptat şi cu siguranţă nu se potrivesc cu prestanţa companiei.

Acest fapt ne creează serioase dificultăţi. Din cauză că nu putem trimite aceste invitaţii şi nici să aşteptăm executarea altora, va trebui să trimitem oaspeţilor noştri telegrame. Acest demers, deşi costisitor, este inevitabil.

V-aş propune să ne întâlnim cât de curând posibil, pentru ca, de comun acord, să vedem ce este de făcut şi să ajungem la o înţelegere privind achitarea notei dumneavoastră de plată. Compania dumneavoastră are o îndelungată activitate în această comunitate, la fel ca şi compania noastră, astfel încât am certitudinea că vom putea rezolva acest lucru în mod echitabil.

Cu sinceritate,

c.c: R.A. Smith

Helene Jenkins, vicepreşedinte executiv

Scrisoare de răspuns la o nemulţumire

Preşedintele Statelor Unite, dorind să cunoască ce gândesc concetăţenii săi, aceasta făcând parte din îndatoririle funcţiei sale oficiale, verifică periodic miile de scrisori care îi sunt adresate, săptămânal, la Casa Albă. La fel ar trebui să procedeze şi directorii de corporaţii interesaţi de natura plângerilor care sosesc la registratura companiei, să vadă nu numai ce plângeri conţin, ci să urmărească şi cum li s-a răspuns şi ce măsuri au fost luate.

Când executivul rezolvă corect plângerile privind serviciile sau produsele companiei, poate salva, deseori, pierderi de milioane de dolari. (Este însă de datoria personalului corpului executiv să scrie, cu atenţie, scrisori de plângere atunci când serviciile din afara companiei se dovedesc a nu face faţă.)

Unele companii primesc mii de scrisori de nemulţumire în fiecare an. Acestora li se răspunde, pe cât posibil, printr-o scrisoare tip. Faptul că se folosesc scrisorile tip în asemenea situaţii nu înseamnă că li se acordă o mai mică atenţie ci, mai degrabă, că la nivelul companiei există o tehnologie avansată de a răspunde, în timp scurt, la un volum considerabil de corespondenţă.

O procesare computerizată, care poate răspunde automat la aproximativ treizeci de genuri diferite de scrisori, face ca strategia corespondenţei de răspuns să fie mult mai uşoară. O calitate nemaipomenită a unui asemenea computer este aceea că poate multiplica răspunsul la orice scrisoare în nenumărate copii. Originalul scrisorii de răspuns trebuie să fie marcat cu numele şi titlurile celorlalte persoane din corpul executiv, inclusiv cel al companiei, care trebuie să primească o copie a răspunsului. Astfel, destinatarul ştie că o mulţime de oameni îşi vor da seama acum de problemele pe care le are el cu compania respectivă. Acest lucru impresionează puternic şi satisface într-o măsură destul de mare eul celui care a făcut plângerea.

Oricât de avansată este o tehnologie, ea nu trebuie să ignore niciodată latura umană a lucrurilor. Nici un sistem computerizat nu poate înlocui delicateţea şi grija umană. Sistemele de procesare nu pot fi în mod automat omenoase, ele trebuie să fie programate de o fiinţă umană în acest sens.

Chiar dacă o scrisoare este nepoliticoasă, răspunsul companiei trebuie să-şi păstreze ceea ce numim „sângele rece". Sarcina de a răspunde unei corespondenţe critice, într-o companie mică, e bine să fie încredinţată unei persoane cu tact, care are darul de a se exprima meşteşugit.

În general, unei plângeri individuale trebuie să i se dea răspuns în timp de două săptămâni. Dacă este o problemă minoră se poate răspunde în curs de o lună. Trebuie să se ţină însă seama de faptul că, cu cât întârzierea răspunsului este mai mare, cu atât poate deveni mai furios expeditorul protestului. Cel mai bine este să încerci să previi cât mai repede posibil o potenţială situaţie neplăcută.

Scrisoare de răspuns la primirea unei plângeri

Dragă doamnă Jenkins

Scrisoarea pe care tocmai am primit-o de la dumneavoastră merită un răspuns urgent.

Sunt de acord cu faptul că invitaţiile pe care le-aţi primit astăzi au o întârziere de două săptămâni, dar aţi uitat să menţionaţi că propriul dumneavoastră personal nu a înapoiat planul, semnat şi aprobat, decât după 8 zile după ce l-am înaintat noi şi că domnul Smith, director de *evenimente speciale*, nu a remis probele tipografice înainte de 10 zile de la livrarea lor, aşa că nu noi suntem răspunzători de întârzierea produsă în livrarea invitaţiilor.

Persoana din compania mea, căreia i-am trasat sarcina să se ocupe de realizarea acestei lucrări urgente pentru dumneavoastră, a răspuns punct cu punct obiecţiilor ridicate în nota domnului Smith şi cred că veţi fi de acord că aceste răspunsuri sunt clare şi la obiect.

Plec din oraş peste o oră, într-o călătorie de urgenţă, dar după ce mă voi întoarce, peste două zile, voi putea veni la dv. la birou pentru a discuta întreaga problemă de la om la om.

Îmi pare foarte rău că nu aţi putut folosi invitaţiile pe care le-am tipărit, dar cred că studierea situaţiei, fără părtinire, va demonstra că nu suntem noi singurii vinovaţi de neplăcerea pe care aţi avut-o cu serviciile noastre. Aştept cu nerăbdare să discutăm împreună aceste lucruri.

Cu sinceritate,

Henry Jones, vicepreşedinte,
Serviciul de tipărire rapidă

Anexă: Minuta asupra invitaţiilor

Mulţumiri pentru un compliment

Dacă cineva îţi scrie ţie sau companiei pentru a spune ceva amabil despre tine ori companie, despre produsele sau serviciile prestate de aceasta, trebuie trimisă, nu mai târziu de 2 săptămâni de la primirea scrisorii, o notă de răspuns, semnată de tine sau de cineva din conducere.

Asigură-te că cel care a scris scrisoarea va afla că au fost aduse la cunoştinţă complimentele sale tuturor persoanelor la care s-a referit. „I-am arătat scrisoarea dumneavoastră doamnei Hawkins, astfel încât să poată citi personal încântătoarele aprecieri exprimate la adresa sa. Ea este plăcut impresionată", sau: „Am făcut să circule scrisoarea în întreg compartimentul nostru şi toată lumea vă este recunoscătoare pentru frumoasele dumneavoastră cuvinte de laudă".

Puteţi încheia oricând scrisoarea de mulţumire cu o frază de acest gen: „Este, într-adevăr, plăcut să dai peste o scrisoare atât de amabilă ca a dumneavoastră, în enorma cantitate de corespondenţă de afaceri. O asemenea scrisoare îmi face munca mult mai uşoară".

Minuta internă

Modul în care scrii o minută internă este edificator în ceea ce priveşte stilul de conducere şi personalitatea ta. O notă internă bine întocmită poate servi unor scopuri ofensive sau defensive. Îţi dă posibilitatea de a dezvolta sau a rezuma tot ce a fost important într-o şedinţă sau într-o expunere destul de lungă. O notă bine scrisă îţi reflectă simţul umorului, dacă îl ai, precum şi capacitatea de exprimare. Ceea ce vrei să spui în notă trebuie să fie exprimat clar şi să iasă imediat în evidenţă răspunsul, dacă este aşteptat vreunul.

De exemplu, dacă scrii o notă cu intenţia de a se acţiona prompt, nota va fi folositoare dacă va indica cine ce trebuie să facă, ce s-ar putea ivi şi cum se va proceda în acest caz; atunci ai scris o notă folositoare.

Unei persoane venite de curând în conducere trebuie să i se arate, de către un membru bine pregătit al Biroului Resurselor Umane (sau de un membru bine instruit), care sunt procedurile practicate în cadrul companiei, privind scrierea notelor interne.

Iată câteva linii generale de care trebuie să se ţină seama:

- un director poate critica un angajat printr-o notă, dar este de preferat să nu facă acest lucru cu un membru din conducere. Aceste critici este mai bine să fie făcute în mod verbal şi nu în scris deoarece, ataşîndu-se la dosarul persoanei respective, ele pot părea extrem de dure şi chiar nedrepte;
- nu este bine să te plângi despre volumul de muncă depus pentru îndeplinirea unui lucru, deoarece conducerea nu este interesată de problemele pe care le-ai avut, ci de rezultatele obţinute, rezultate care trebuie enunţate simplu şi explicit;
- dacă ai înregistrat o întârziere serioasă în acţiunea respectivă şi cineva aşteaptă rezultatele, trimite acelei persoane o notă în care enunţi motivele întârzierii, propunând un nou termen. Nota este o modalitate eficientă de a comunica cu o altă persoană din corpul executiv;
- dacă circumstanţele îţi oferă posibilitatea de a lăuda pe cineva, fă-o printr-o notă. Aceasta arată că eşti o persoană serioasă şi cinstită şi cel ce a fost obiectul laudei tale nu va uita acest lucru prea curând. „Anderson a grăbit, într-adevăr, încheierea afacerii în ultimele momente", „Jenkins a fost sclipitoare în modul cum le-a anihilat obiecţiile", „Agnes a venit cu un compromis care ne-a salvat", „Henry l-a îmblânzit dinainte în mod perceptibil";
- să nu fii cunoscut ca o persoană care „se descurcă doar prin note". Unora le este greu să se confrunte personal cu cineva, se ascund mai degrabă în spatele cuvintelor scrise decât să vorbească cu un coleg sau un subordonat. O notă nu poate înlocui o întâlnire faţă în faţă;
- puţin umor este aproape întotdeauna bine venit, dar nu lăsa ca acesta să distragă atenţia destinatarului de la scopul real al notei;
- nu scrie o grămadă de note doar pentru a justifica prezenţa ta într-o muncă. Irosirea hârtiei fără rost este o crimă în orice birou de afaceri;
- cu toate că nota este o formă scurtă de comunicare, bunele maniere sunt totuşi foarte importante. Formulări de genul: „Vă mulţumesc foarte mult pentru...", „Aş aprecia foarte mult dacă...", „Îmi pare rău că am cauzat toată această muncă suplimentară...", sunt tot atât de necesare într-o notă, precum sunt şi într-o scrisoare obişnuită;
- când trebuie să critici pe cineva într-o notă, spune ceva amabil înainte de a-i aduce la cunoştinţă ceva ce nu va fi încântat să audă. Termină nota printr-un „mulţumesc". Acest lucru diminuează mult lovitura.

„... Expunerea a mers bine în general, azi dimineaţă. Totuşi, am avut sentimentul că aspectul bugetar ar fi putut fi explicat mai clar, mai succint şi chiar mai interesant. Probabil că audiovizualul ar fi de ajutor. Sper să acorzi acestui lucru o atenţie deosebită înainte de a face expunerea din Florida. Arată-mi schimbările cât poţi de repede şi mulţumesc foarte mult.

Forma unei note

Trebuie definită clar tactica referitoare la forma notelor interne, care circulă între oamenii companiei. De exemplu:

2 iulie 1987

Indică cui se adresează	Către: Harriet Coe (Marketing) Consilier teritorial: John Harrison (Marketing) Anthony Mendes (Personal)
Pune mesajul în primul paragraf. Lauda este întotdeauna bine venită	Cererea ta privind cooptarea unui nou membru în colectiv este aprobată. Cinstit vorbind, ai pledat nemaipomenit de convingător în legătură cu necesitatea unei asemenea persoane.
Nu semna fără a scrie înainte câteva cuvinte amabile	Caută să găseşti cât mai repede omul potrivit. Aştept cu nerăbdare să vorbesc cu el sau ea când vei dispune de candidaţii aleşi.

David Schellkopf,
V.P., Marketing

Comunicare printr-o notă cu o persoană al cărei nume nu-l cunoşti

Suntem obişnuiţi să ne adresăm în scris prin „Dragă domnule", „Dragă doamnă" sau „Domnilor" când comunicăm cu cineva al cărui nume sau gen nu-l cunoaştem. Există trei modalităţi de a evita să i te adresezi cuiva cu un titlu care n-ar corespunde cu sexul respectivului.

Forma directă a unei note

NOTĂ CĂTRE: Numele companiei căreia te adresezi
Adresa companiei
Oraşul, statul şi codul poştal
Secţia sau departamentul
Subiectul care trebuie discutat
(urmează textul notei)

Semnătura şi titlul tău

Model simplificat de scrisoare

Numele companiei
Adresa companiei
Oraşul, statul şi codul poştal
Secţia sau departamentul
(urmează textul notei)

Semnătura şi titlul tău

Notă - scrisoare

Numele companiei
Adresa companiei
Oraşul, statul şi codul poştal

Doamnelor şi domnilor,
(urmează textul notei)

Al dumneavoastră sincer
Semnătura şi titlul tău

Corespondenţă personală de afaceri

Multe dintre scrisorile pe care şi le trimit oamenii de afaceri din corpul executiv, în ziua de azi, ar putea fi la fel de bine numite scrisori de prietenie pentru că ele n-au nimic comun cu afacerile, ci au menirea de a încânta într-un fel sau altul.

Scrisori de felicitare sau de marcare a unor ocazii speciale

Ia seama ca nu cumva să compromiţi o scrisoare veselă cu veşti proaste. Când trimiţi cuiva veşti bune sau felicitări, nu include o apreciere negativă care ar putea anihila efectiv bucuria comunicării. Evită să adaugi fraze cum ar fi: „Ştiai că Speed este foarte bolnav şi se pare că nu se va mai face bine?" sau „Mai mare ruşinea ca Bill şi Aggie să se despartă în ajunul celei de-a 15-a aniversări a căsătoriei lor. Se spune că şi copiii sunt foarte necăjiţi".

Veşti bune în familia unui coleg

Probabil că eşti un tată fericit. Primul lucru care mi-a sărit în ochi citind ziarul de dimineaţă a fost anunţul câştigării bursei Clubului Stanford Alumni de către Rufus junior.
Cred că întreaga familie sărbătoreşte evenimentul. Chiar şi familia noastră a declarat această zi sărbătoare naţională, în onorea lui Rufus. Desigur că el are un mare merit, dar cred că sunteţi de acord cu mine că şi părinţii lui trebuie să fie mândri de realizările lui...

Felicitări pentru cineva pe care-l cunoşti bine

... Veşti minunate. Urci treptele succesului atât de repede încât mi se face rău când mă uit în sus încercând să te urmăresc cu privirea. Noi ne mândrim cu tine.

Felicitări pentru cineva pe care nu-l cunoşti foarte bine

... Noua ta poziţie este cu siguranţă o recunoaştere a contribuţiilor tale din ultimii ani la bunul mers al acestei companii. Nimeni altcineva nu merită mai mult această promovare şi responsabilităţile pe care le implică. Îţi dorim cu toţii mult succes.

Complimente pentru un discurs

... Eram azi în capătul sălii, aşa că, probabil, nu m-ai văzut. Nu numai că ţi-ai rostit discursul cu multă energie, dar ceea ce ai avut de spus a fost foarte important. Habar n-am avut că diplomaţii noştri de la externe au atâta nevoie de sprijinul nostru.
Felicitări pentru o muncă de primă clasă. Sunt gata să te asaltez cu întrebări la Congres!

Felicitări pentru un triumf personal

Ai câştigat! Toţi vechii tăi prieteni de birou s-au bucurat la anunţarea rezultatelor finale ale alegerilor, când au văzut că a câştigat candidatul nostru favorit. Mi-ar fi plăcut să înregistrez pe video reacţia celor de aici, de la sediul corporaţiei. O să ne lipseşti al naibii de mult, dar pierderea noastră este spre câştigul Washingtonului. Îţi dorim mult succes în noua ta viaţă, dar să ai parte şi de puţină distracţie...
Dacă nu ai timp să scrii o scrisoare, câteva rânduri sunt suficiente:

Charlie,
Am fost acolo.
Ai dat lovitura. Ai fost nemaipomenit!

Mulţumiri aduse de un cadru de conducere personalului pentru o treabă bine făcută

... Grupul tău poate fi mândru de această treabă bine făcută şi de marea performanţă profesională. Este evident că s-a muncit conştiincios şi corect.
Sper să transmiţi mulţumirile mele personale tuturor celor care s-au devotat cu trup şi suflet pentru a face din prezentarea noastră un succes: păstrează, dacă vrei, şi pentru tine un mare număr din aceste mulţumiri.

Felicitări pentru un angajat la o aniversare importantă pe linie de serviciu

... Această zi este un prilej de mândrie pentru tine, dar şi pentru noi, cei din companie. Ai lucrat la Monarch 25 de ani, timp în care ai muncit cu dăruire şi

talent. Oameni cu entuziasmul şi devotamentul tău au adus companiei succesul real de care se bucură în prezent. Tu eşti la fel de important ca şi conducerea din fruntea companiei şi produsele pe care le vindem.
Felicitări! Sunt mândru să te am în echipă şi îţi doresc încă 25 de ani fericiţi, sănătoşi şi productivi alături de noi.

Scrisori pentru consolidarea unui contact

Cunoşti o persoană interesantă care va veni în oraşul tău într-o călătorie de afaceri. Ai vrea să menţii contactul cu ea şi să dezvolţi o relaţie de prietenie mai apropiată.

... Îţi trimit doar câteva rânduri prin care să-ţi spun ce mare plăcere mi-a făcut că te-am întâlnit la conferinţă şi că am putut avea un schimb de păreri în domeniul nostru de activitate atât de agitat. Anunţă-mă dinainte când vei face următoarea călătorie la St. Louis. Soţia mea şi cu mine vrem să te invităm la cină şi să îţi prezentăm specialităţile culinare ale oraşului nostru.

Toate cele bune.

Scrisori de încurajare

O scrisoare trimisă cuiva care tocmai a trecut printr-o perioadă foarte grea înseamnă foarte mult pentru acesta. Dacă un coleg tocmai a trecut printr-un proces neplăcut, sau s-a întors de la un program de reabilitare foarte dur, sau a ieşit din spital după o lungă internare, un bilet de încurajare este într-adevăr apreciat.

Dacă o cunoşti bine pe persoana respectivă, include un compliment personal plin de căldură.

...,Bine ai venit din nou lângă noi. Ne-ai lipsit din multe motive. În primul rând, pentru că eşti o persoană minunată şi, în al doilea rând, pentru că îţi faci atât de bïne treaba încât nimeni din jur nu te poate înlocui. Am navigat cu pânzele jos.
Nici n-ai idee cât e de bine că te-ai întors din nou „acasă".

Dacă nu cunoşti bine persoana respectivă exprimă-ţi, totuşi, un sentiment sincer, fără exagerări: ... Reîntoarcerea ta ne va face pe toţi, cei din birou, să ne simţim mai bine. Sper că eşti complet refăcut. Ne-ai lipsit cu adevărat.

Scrisori pentru circumstanţe dificile

Scrisori de condoleanţe

Fie că sunteţi un tânăr angajat sau un membru superior din conducere, nu ezitaţi niciodată să adresaţi o scrisoare de condoleanţe unui membru al executivului, indiferent dacă vă e inferior sau superior în grad, căruia i-a murit cineva. Cele două exemple prezentate în continuare pot părea, într-un anumit fel, opuse. Primul exemplu reprezintă scrisoarea unui membru din conducere către un tânăr de la

protocol a cărui mamă a murit. Scrisoarea lui este circumspectă, dar călduroasă. Al doilea exemplu reprezintă scrisoarea unui membru din executiv către un alt membru, care îi este şi bun prieten, cu ocazia morţii soţiei acestuia. Ambele scrisori sunt în linii generale asemănătoare:

	Către un angajat care a pierdut un membru al familiei	*Către un coleg care şi-a pierdut soţia*
Exprimă cât eşti de afectat de vestea aflată	... Elsa tocmai mi-a spus groaznica veste şi aş vrea să-mi prezint condoleanţele ţie şi familiei tale, pentru pierderea mamei	... Nu ştiu ce pot spune mai mult decât că mi se rupe inima când mă gândesc la tine
Laudă persoana care a murit. Dacă ştii ceva măgulitor despre decedată, menţionează.	Am auzit de la mai mulţi oameni că a fost o femeie minunată şi ştim cu toţii cât de apropiaţi aţi fost. Aceasta este probabil una din zilele cele mai grele din viaţa ta.	Ginny a fost, ştim cu toţii, „o fiinţă de excepţie". Soţie, mamă şi un bun agent imobiliar benevol, ea a făcut totul cu pricepere şi dragoste. Ultima dată când am văzut-o am rămas surprins şi încântat de abilitatea cu care a vândut unui client un apartament şi a făcut în acelaşi timp şi trei duzini de prăjiturele Girl Scout pentru micuţa Ginny.
Oferă-ţi concret serviciile	Prietenii tăi de serviciu se gândesc la tine şi speră să te poată ajuta cu ceva în această groaznică pierdere. Te rog apelează la noi pentru orice.	Toţi bântuim prin birou într-o stare de şoc. Suferim pentru tine şi îţi aşteptăm telefonul pentru a ne cere ajutor. Răspundem numeroaselor apeluri telefonice ce-ţi sunt adresate şi suntem gata să pregătim mâncarea, să ne ocupăm de orice detaliu necesar pentru înmormântare...

Scrisoare de compasiune cu ocazia unor veşti rele

Tocmai am aflat îngrozitoarea veste că Ginny a pierdut sarcina. O grea lovitură pentru voi ca de la asemenea bucurie să treci la o astfel de durere. Cu toate că asta nu va schimba nimic, trebuie să ştii, totuşi, că toţi colegii sunt alături de tine.

Scrisoare pentru cineva care este concediat

Scrisoarea trebuie să fie una de apropiere. Vorbeşte-i despre căutarea unei noi slujbe şi nu-l compătimi.

Tocmai am aflat veştile proaste. Probabil că pe moment acestea te-au dărâmat, dar gândeşte-te la priceperea şi experienţa pe care le-ai acumulat. Vei găsi probabil ceva care să-ţi placă mult mai mult într-o companie care îţi va aprecia pe deplin talentul.

Pentru mine, tu eşti învingătorul. Este doar un regres temporar. Sună-mă să-mi spui când puteţi veni tu şi Jean la cină. Am putea vorbi mai degajat despre viitorul tău. Am câteva idei şi sunt sigură că şi tu ai...

Scrisoare prin care îţi ceri scuze

Niciodată nu este uşor să-ţi ceri scuze. Întotdeauna este greu să recunoşti că ai incomodat, mâhnit sau ofensat pe cineva! Ba chiar încerci să uiţi repede. Problema este că dacă nu-ţi dai seama de greşeala făcută într-o anumită situaţie, rezultatul va fi, probabil, că îţi vei atrage antipatia. Dacă „ai făcut-o de oaie", dar îţi exprimi imediat regretele sincere, deseori poţi câştiga din nou bunăvoinţa pe care altfel ai fi pierdut-o definitiv.

Iată o mostră de scuze pentru o purtare deosebit de urîtă. Lipsa intenţiei de a ofensa nu este o scuză adecvată. Rândurile ce urmează sunt un exemplu de scuze pentru o ponegrire, neintenţionată, a unei persoane de altă rasă.

... Aceasta este probabil cea mai dificilă scrisoare pe care a trebuit să o scriu vreodată, pentru că nicicând nu am greşit atât de tare şi nu m-am comportat într-un mod atât de ruşinos. Remarca pe care am făcut-o azi dimineaţă este incalificabilă, de neiertat şi vrednică de dispreţ. Totuşi, eu te rog să mă ierţi. Te-am jignit, dar sper să-mi acorzi îndurarea de care m-am lipsit eu însumi.

Promit ca niciodată să nu mai gândesc, cu atât mai mult să exprim o asemenea remarcă. Sper că eşti îndeajuns de matur ca să ierţi lamentabila mea comportare.

Scrisori care marchează o perioadă de tranziţie

Desfiinţarea unei companii sau reorganizările din interiorul ei adesea mâhnesc şi produc teamă în rândurile personalului de conducere, ca şi în rândurile personalului din eşalonul imediat inferior. Într-o asemenea perioadă de tensiune, participarea la îngrijorarea produsă de perioada de tranziţie poate însemna foarte mult pentru cel în cauză. Situaţia devine extrem de serioasă când o companie este desfiinţată.

Rândurile de mai jos reprezintă scrisoarea trimisă tuturor membrilor din consiliul de administraţie şi celor din executivul Băncii de Economii din New York, în primăvara anului 1982, când aceasta a fost desfiinţată. Cel care a scris-o, Charles J. Urstadt (preşedinte la Pearce, Urstadt, Mayer & Greer Inc.), fusese mulţi ani membru în consiliul de administraţie al băncii.

30 martie 1982

Membrilor din consiliul de conducere şi personalului executiv
Banca de Economii din New York
Strada Americas 1230
New York, N.Y. 10020

Dragi prieteni
Vinerea trecută a dispărut o mare instituţie. A fost un eveniment semnificativ şi trist, iar pentru mine o mare pierdere, întrucât am petrecut acolo ani numeroşi şi frumoşi, eu fiind o mică parte a acestei instituţii.
Probabil că nu ne vom mai vedea, aşa că aş vrea să profit de acest moment şi să exprim membrilor consiliului de administraţie şi celor din colectivul de conducere, domnului Gene Callan, în special, gratitudinea şi admiraţia mea faţă de uşurinţa şi toleranţa cu care s-a efectuat această tranziţie. Am participat la mai multe lichidări ale unor firme mai mici şi mai puţin importante şi nici una nu s-a desfăşurat cu atâta calm ca aceasta, fapt ce a fost de mare ajutor celor implicaţi.
Vreau, de asemenea, să-mi exprim gratitudinea faţă de toţi pentru plăcutele şi constructivele întâlniri pe care le-am organizat împreună. A fost nemaipomenit să fac parte din această instituţie şi din echipa sa de conducere. Au fost timpuri de care-mi voi aduce întotdeauna aminte cu plăcere.
Vă transmit tuturor, şi fiecăruia în parte, cele mai bune şi sincere urări. Sper ca drumurile noastre să se mai întâlnească în viitor.

Cu sinceritate,

Charlie Unfodt

Scrisori de recunoştinţă şi mulţumire

Mulţi oameni consideră că un cuvânt de mulţumire spus la telefon exprimă îndeajuns recunoştinţa pentru o favoare, un cadou sau o invitaţie. Categoric nu este aşa. O notă scrisă de mână sau dactilografiată este de o sută de ori mai eficientă şi mai apreciată decât un telefon. Aceste mulţumiri nu numai că vor exista concret, înregistrate, dar uneori pot fi arătate şi altora pentru a se bucura şi ei. Dacă telefonezi poţi nimeri într-un moment nepotrivit pentru persoana respectivă. Persoana căreia vrei să-i mulţumeşti poate fi într-o şedinţă importantă sau, dacă telefonezi acasă, poţi să-l întrerupi din treburile gospodăreşti, de la un duş sau din încercarea de a se relaxa pentru prima dată în acea zi. Telefonul pe care-l dai se poate potrivi programului tău, dar în general nu se va potrivi programului celeilalte persoane.

Atunci când scrii o notă de mulţumire este bine să ştii că:

- trebuie scrisă pe o hârtie corespunzătoare şi nu pe orice fel de hârtie care să nu se asorteze cu plicul;
- dacă ai o caligrafie frumoasă, e bine ca scrisoarea să fie scrisă de mână; dacă nu, este de preferat să o dactilografiezi;
- dacă mulţumirile se adresează şi altor persoane decât destinatarului, cere acestuia să transmită mesajul şi celorlalţi. Dacă nu le cunoşti numele, menţionează ceva de genul: „te rog spune-i secretarei tale că îi sunt îndatorat pentru munca grea pe care a depus-o la proiect...";

- *notele de mulţumire trebuie formulate scurt şi fără fraze banale.* James T. Mills, preşedintele comitetului de organizare a conferinţei, şi un prodigios redactor, insistă ca formula „vă mulţumesc foarte mult" să nu apară în scrisoare decât o singură dată. Îmi aduc bine aminte că Ezra Zilkha (bancher şi directoare a unei mari companii de asigurări din New York) a scris o scrisoare cu scopul de a-i mulţumi lui Ralph Saul (preşedintele companiei) pentru cadoul deosebit ce consta într-o placă din lemn şi bronz pe care era gravat numele fiecărui director care ocupase istoricul scaun de la masa prezidiului, ocupat acum de Ezra. Au fost făcute cercetări amănunţite care asigurau că au fost trecute pe placa respectivă numele tuturor directorilor care au folosit acel scaun, începând cu anul 1792. Nota lui Ezra era foarte scurtă:

  Dragă Ralph,

  Am primit astăzi placa gravată cu numele diferiţilor ocupanţi ai scaunului meu la I.N.A. Aceasta mi-a readus în memorie discuţiile noastre privind o clauză testamentară. O privire aruncată asupra plăcii mi-a amintit că toţi suntem trecători ca directori şi că trebuie să transmitem viitorului ceea ce a creat trecutul. Îţi mulţumesc.

- o confirmare „pe scurt" este recomandabilă când eşti depăşit de o corespondenţă prea abundentă.

Există perioade când o companie sau o persoană din cadrul acesteia primeşte sute de scrisori de la prieteni, acţionari şi de la public. Când se întâmplă aşa, poate fi trimisă o scrisoare de confirmare tip. Numele şi adresa destinatarului, precum şi salutările personale sunt culese pe calculator şi printate; dar aceeaşi scrisoare tip trebuie trimisă individual. Când moare un membru al executivului, compania trebuie să trimită flori şi alte lucruri prin care îşi exprimă condoleanţele, fie o scrisoare, fie o carte poştală de condoleanţe gravată sau tipărită.

Un alt factor important îl constituie individualizarea acestor scrisori, concretizată printr-o frază scrisă de mână în finalul scrisorii sau al cărţii poştale. De exemplu, un membru al executivului poate scrie (fără să uite a-şi pune întotdeauna iniţialele, chiar dacă a semnat scrisoarea):

La moartea unui membru din executiv: „Nu ai idee cât de mult m-a ajutat suportul tău moral..."

Cu ocazia unei aniversări importante a companiei: „Ce drăguţ din partea dumneavoastră că ne-aţi scris. Suntem cu toţii mândri de compania noastră".

Când a fost avansat la un nivel superior în companie: „... Bineînţeles, mă simt mândru, fericit şi încrezător în...".

- *Nu cere o favoare într-o scrisoare de mulţumire.* O scrisoare prin care aduci mulţumiri trebuie să fie expresia gratitudinii tale. Dacă ceri o favoare, o donaţie sau orice altceva ce ar impune destinatarului o acţiune concretă, distrugi impactul gestului de recunoştinţă. (Orice favoare pe care doreşti să o ceri trebuie exprimată într-o altă scrisoare şi trimisă altădată.)

Scrisoare de mulţumire unui prieten care te apără

... Am aflat ce s-a întâmplat azi dimineaţă în sala de consiliu şi că, în ciuda criticilor ce mi-au fost aduse în ultimele săptămâni, ai luat cuvântul şi mi-ai

susţinut punctele de vedere din raportul Wallace.

Nu am cuvinte să-mi exprim recunoştinţa, pentru că dacă nu ai fi spus ce ai spus, colaborarea mea cu compania ar fi fost în mare pericol.

Sper ca într-o zi să mă pot revanşa pentru acest gest de prietenie. Îţi rămân foarte îndatorat.

Cu recunoştinţă,

Scrisoare de mulţumire celor care se oferă voluntari pentru realizarea unui proiect major

Există numeroase proiecte industriale vaste ce fac necesar ca o persoană să supravegheze şi să controleze pe alţii, fără să facă parte, obligatoriu, din aceeaşi companie. Poate fi vorba chiar de opere de binefacere, întreceri sportive spre beneficiul angajaţilor, de diverse alte acţiuni de binefacere, de evenimente sociale la întruniri cu caracter industrial sau ceva asemănător. Este important ca persoana care se ocupă de evenimentul respectiv să scrie, în ziua următoare, scrisori de mulţumire directorilor fiecărui departament (sau companie) care şi-au folosit timpul şi talentul pentru reuşita acestuia.

... Banchetul nostru de premiere nu ar fi avut niciodată loc dacă dv. şi personalul dv. nu s-ar fi străduit să mă ajute. Grupul dv. mi-a furnizat forţa şi inteligenţa de care am avut atâta nevoie. Nu voi fi niciodată capabil să vă mulţumesc îndeajuns.

Personalul meu şi cu mine am fost încântaţi să lucrăm cu dv., pentru că, în mod miraculos, bunătatea, simţul umorului şi imaginaţia tuturor n-au încetat să se manifeste, în ciuda tuturor neajunsurilor. Aţi fost zâna mea bună, adevăraţi cavaleri veniţi în ajutor.

Vă sunt dator câteva prânzuri, Mike. Ţinem legătura...

Mulţumiri pentru o audienţă privind obţinerea unei slujbe

În răstimp de 24 de ore, după acordarea unei audienţe, trebuie trimisă o scrisoare de mulţumire persoanei care ţi-a acordat audienţa. Dacă eşti foarte interesat, o poţi înmâna personal.

Notă către cel ce a acordat audienţa

... Aţi fost foarte drăguţ că m-aţi primit astăzi, în ciuda programului atât de încărcat. Mi-a fost de mare folos să vă ascult comentariile despre conducerea de la J.H. Cutter şi fiii. Sper să vă gândiţi serios la mine, ca la un posibil candidat la funcţia pe care am discutat-o, întrucât simt că am experienţa şi capacitatea necesare, precum şi voinţa pentru a face o treabă utilă companiei, în acel post. Atmosfera din birourile dumneavoastră, reputaţia companiei privind buna calitate a produselor ca şi devotamentul celor pe care i-am cunoscut acolo fac să mă simt entuziasmat la gândul că m-aş putea alătura companiei.

Aştept, plin de speranţă, veşti de la dumneavoastră.

Notă pentru cel care te-a ajutat să obţii audienţă

... Domnul Reinhardt şi cu mine vă mulţumim pentru benefica dumneavoastră intervenţie şi pentru timpul petrecut astăzi în discuţii despre postul de la J.H. Cutter. Este o slujbă pe care mi-o doresc foarte mult.
Telefonul dat de dumneavoastră a constituit stratagema prin care am putut să obţin audienţa. Datorită faptului că aţi telefonat, el nu s-a decis asupra altei persoane pe care o avea „în vedere" pentru post. Eu aştept, acum, sperând într-un răspuns afirmativ. Dacă primesc postul, sunteţi invitatul meu la sărbătorirea victoriei demnă de stima pe care v-o port.

Notă adresată unui ziarist după un interviu

În urma apariţiei tale la televizor sau radio, într-un interviu, trebuie să trimiţi o notă de mulţumire fie producătorului, fie celui care te-a intervievat, pentru că ţi-a oferit posibilitatea să-ţi transmiţi mesajul. Rarele persoane care scriu pentru a aduce astfel de mulţumiri mass-medici sunt ţinute minte întotdeauna.

Mulţumiri aduse unui reporter de televiziune

... A fost foarte frumos din partea dumneavoastră să mă invitaţi să apar în emisiunea „Spectacolul de după-amiază". Dumneavoastră şi Elena Enriquez faceţi o minunată echipă de reporteri şi mi-aţi servit tema cu multă inteligenţă şi gust.

Mulţumesc că mi-aţi permis să expun varianta mea. Faptul că realizaţi emisiuni de succes a fost demonstrat de numeroasele aprecieri pe care le-am auzit de la cei ce au văzut emisiunea în care v-am fost oaspete şi pe care o urmăresc cu regularitate.

Mi-a făcut plăcere să vă fiu oaspete. Vă mulţumesc.

Mulţumiri aduse unui reporter de ziar

... Articolul dumneavoastră a fost la obiect şi foarte bine scris. Vă felicit pentru faptul că aţi prezentat subiectul într-o manieră clară, interesantă şi chiar umoristică. Micile critici pe care mi le-aţi adus sunt cinstite. Vă mulţumesc!

Mulţumiri când nu ai fost tratat corect

Apreciez faptul că ai acordat atâta timp şi efort pentru a insera această companie în articolul tău. Totuşi, pentru mine, cititorii tăi şi public, trebuie să evidenţiez câteva afirmaţii incorecte care au fost făcute:
(Lista acestora.)

Am mare respect pentru tine ca jurnalist, aşa că sper că, având la dispoziţie explicaţiile oferite, vei putea să publici o retractare. Îţi mulţumesc pentru orice poţi face în acest sens...

Mulţumiri pentru invitaţia la masă

Dacă cineva îţi face cinste cu un prânz, este recomandabil să-i trimiţi o scurtă notă de mulţumire, fie că ai servit homari într-un restaurant scump sau ai servit doar o salată de fructe într-o cofetărie. Chiar dacă persoana care te-a invitat la masă a făcut-o pentru a putea încerca să negocieze cu tine sau să se achite de o favoare pe care i-ai făcut-o, tu ai obligaţia şi bunul simţ să scrii o notă de mulţumire.

Vechea tradiţie, care susţinea că este de datoria soţiei să scrie notele de mulţumire, nu mai este valabilă în era noastră, eră ce presupune egalitatea dintre bărbaţi şi femei. Pentru mesele la care soţiile nu sunt prezente, evident că bărbatul, membru al executivului, va mulţumi gazdei sale. La mesele la care ambii soţi sunt prezenţi şi ambii lucrează în întreprindere, fiecare trebuie să scrie o notă de mulţumire. Nu contează dacă atât membrul din executiv, cât şi soţia lui scriu gazdei şi îi mulţumesc în numele cuplului. Ceea ce este într-adevăr important este ca scrisoarea să fie trimisă în timp de trei sau patru zile de la cină.

Mulţumiri unui bun prieten
care te invită la un prânz neoficial

... Mii de mulţumiri pentru reuşitul prânz de ieri. A fost minunat să ne vedem şi noua ta poziţie pare perfectă. Felicitări pentru obţinerea ei!
Cred că nu va trece mult timp până vom lua din nou masa împreună. Te sun în câteva zile ca să stabilim timpul şi locul...

Mulţumiri adresate cuiva care ţi-a
rămas dator în afaceri şi te invită la masă

... Prânzul de ieri a fost foarte plăcut. Mă bucur că aţi primit aprecierea noastră pentru prezentarea ta şi a echipei care a fost mai bună decât toate celelalte. Mă aştept la lucruri măreţe din partea voastră.

Mulţumiri unui coleg care te invită acasă la cină

Aceasta cere o notă mult mai atentă.

... Amy şi cu mine ne-am distrat nemaipomenit seara trecută. Ce cină minunată ne-aţi oferit! Amy a spus că nu a văzut niciodată asemenea liliac frumos. Mie mi-a plăcut enorm sufleul de lămâie, la desert. Am fost în mod special încântaţi să-i cunoaştem pe simpaticii voştri copii.

Una dintre cele mai bune consecinţe ale transferului meu aici este prietenia pe care am legat-o cu noii colegi şi călduroasa primire de care m-am bucurat. Amândoi vă mulţumim foarte mult pentru seara trecută...

Mulţumiri adresate conducerii pentru cadouri

Corporaţiile americane obişnuiesc să ofere cadouri (diferite produse, bilete la acţiuni de caritate, la meciuri de baseball, la operă în loja companiei etc). Numeroşi

membri ai executivului consideră că la toate acestea fiecare (salariat) are dreptul pe deplin. Când un director primeşte o asemenea scrisoare de mulţumire, o arată tuturor, pe de o parte din plăcere, pe de altă parte ca urmare a impresiei create de primirea ei! Iată câteva mostre pe care conducerea ar fi încântată să le primească.

Pentru cadoul anual de Crăciun

... Întreaga noastră familie a savurat la prânzul tradiţional de Crăciun curcanul gras şi proaspăt. Darul din partea companiei a devenit pentru familia noastră o tradiţie foarte îndrăgită. Vă mulţumesc dumneavoastră şi companiei, în numele meu şi al familiei mele, pentru acest gest extrem de bine venit...

Pentru bilete gratuite la un meci

... Sunteţi categoric eroul întregii familii, în mod special datorită victoriei spectaculoase de ieri a Clubului... Locurile noastre au fost foarte bune. Pentru prima dată copiii i-au putut identifica pe jucători după figură şi nu doar după numerele de pe tricouri. A fost o zi emoţionantă.
Helen, Toby şi Warren vă mulţumesc, împreună cu mine, pentru acest dar deosebit.

Pentru bilete la opere de binefacere

... Biletele dumneavoastră au fost toate folosite seara trecută. Ronald James - ataşatul nostru - şi cu mine am reprezentat compania noaptea trecută la dineul Premio D'Oro de la Remington.

Soliştii de la operă au fost magnifici. Mâncarea, de asemenea, excelentă (şi vinul la fel) şi am reuşit să-l cunoaştem pe primar şi pe soţia lui. Am dansat foarte mult.

Vă mulţumesc pentru că ne-aţi dat biletele companiei. Ne-am distrat grozav şi cauza a meritat şi ea cu siguranţă.

Mulţumiri pentru un dar din partea corporaţiei
(oricât ar fi de mic)

... Tocmai am primit noul calendar *Treatco*, la timp pentru a-mi putea nota toate întrunirile de afaceri şi deciziile din noul an.

Vă mulţumesc. În fiecare an aştept cu nerăbdare acest calendar şic. Să nu mă uitaţi şi vă doresc să aveţi un an bun.

Mulţumiri pentru dăruirea unui produs nou

Noul dispozitiv pentru apă este de primă calitate. L-am montat imediat la robinet şi funcţionează minunat! A fost uşor de instalat, este uşor de folosit şi e foarte eficace. Sunt sigur că veţi avea un mare câştig cu acest produs. Vă mulţumim că v-aţi amintit de noi şi la Crăciun şi că ne-aţi oferit posibilitatea de a fi printre norocoşii care au putut proba acest nou produs.
Vacanţă plăcută şi succes la lansare...

Mulţumiri adresate unui coleg pentru un cadou personal

Dacă un coleg îţi oferă un cadou, dintr-un motiv anume sau doar de dragul prieteniei voastre, n-ar trebui să-i mulţumeşti doar verbal, printr-un cuvânt sau prin telefon. Scrie-i un bilet şi spune-i când sau cum îl vei folosi:

... Ciocolata elveţiană pe care ai trimis-o de la Zürich ne-a transformat, atât pe mine cât şi întregul personal, în pasionaţi de ciocolată. Cutia a fost enormă, încât a trebuit s-o împart cu ei, cu toate că acum îmi pare cam rău că am făcut-o. Priviri iscoditoare şi paşi şovăitori s-au perindat prin biroul meu toată ziua, sperând să mai găsească încă puţină ciocolată.

Sunt uimit cât de drăguţ ai fost să trimiţi, cu avionul, acea cutie imensă. Ştiai, probabil, că, în afară de jocul la loterie, sunt moartă şi după ciocolată!

Mulţumiri pentru un cadou nepotrivit

În viaţă sunt situaţii când putem primi daruri nepotrivite de la un partener de afaceri, cum ar fi ceva pentru garaj când, de fapt, tu nu ai unul, sau o stropitoare pentru grădină, iar tu nu ai grădină. Este mai bine să mulţumeşti persoanei şi nu să înapoiezi cadoul. (Dă-l unui prieten bun.)

Scrisoarea care urmează a fost trimisă de un alcoolic vindecat unei persoane care i-a trimis o ladă cu sticle de băutură:

... A fost o surpriză plăcută să primesc un dar atât de frumos din partea dumneavoastră şi a companiei, cu ocazia sărbătorilor. Apreciez gestul dumneavoastră şi transmit familiei toate cele bune de sărbători...

Refuzul politicos al unui cadou

Uneori te poţi afla în situaţia de a nu dori să accepţi un dar de la o altă persoană din conducere. Se cere mult tact pentru a înapoia darul. Este, în fond şi la urma urmei, o respingere neplăcută pentru expeditor. Formulează-ţi răspunsul pe un ton pozitiv. (Vezi capitolul 16 - „Înapoierea unui cadou nepotrivit.)

... Aţi fost atât de drăguţ că v-aţi gândit la mine de Crăciun. Totuşi, cadoul dumneavoastră a fost mult prea generos. În companie există o regulă în ceea ce priveşte acceptarea darurilor, căreia trebuie să ne supunem cu toţii. De aceea mă văd nevoit să vă înapoiez acest frumos cadou. Ştiu cât de greu a fost să-l obţineţi.

Vă mulţumesc pentru gest şi vă doresc un An Nou plin de succese.

Mulţumiri adresate şefului pentru cadoul trimis cu o ocazie specială

	Când scrie un membru al executivului	*Când scrie soţia unui membru al executivului*
Exprimă-ţi părerea despre cadou, plăcerea de a-l fi primit şi descrie felul în care îl vei folosi	... Rowena şi cu mine suntem încântaţi de superba ramă din piele pe care dv. şi doamna Winfield ne-aţi trimis-o cadou de nuntă. Este ideală pentru fotografia mărită făcută la căsătoria noastră. Faptul că sunt brodate pe ea iniţialele noastre şi data căsătoriei, o face cu totul şi cu totul deosebită.	...Malcom şi cu mine apreciem cadoul dv. de nuntă ca pe unul dintre cele mai frumoase pe care le-am primit. Rama are exact mărimea tabloului nostru făcut cu ocazia căsătoriei şi, astfel înrămat, arată impresionant pe măsuţa din hol. De fapt, când deschizi uşa apartamentului, acesta este primul lucru pe care-l vezi.
Explică de ce este atât de folositor	Nici n-aţi fi putut alege ceva mai folositor, pentru că noi nu aveam nici un fel de ramă. Şi chiar dacă am fi căutat mult şi bine, tot n-am fi găsit una atât de frumoasă ca aceasta pe care aţi făcut-o pentru noi.	Sper să nu treacă prea mult timp până vă vom avea oaspeţi. Mai întâi trebuie să pun ordine în haosul din apartament, dar aş vrea din tot sufletul să ştiţi cât de mult înseamnă pentru noi cadoul dv. de nuntă. De-abia aştept să vă cunosc pe amândoi.
Exprimă speranţa că va veni într-o zi să vadă cât de frumos arată cadoul în apartament.	Sper să aranjăm apartamentul astfel ca într-o zi să ne puteţi vizita şi să vedeţi cum am folosit darul dv. de nuntă.	

Scrisoare cu ocazia ieşirii la pensie

Ocazia ieşirii la pensie impune un complicat schimb de scrisori, dintre care multe vor fi puse în albumul pensionarului pentru posteritate:

- Scrisoare de la pensionar către superiorul său, prin care îşi exprimă ataşamentul faţă de companie şi tristeţea la părăsirea acesteia.
- Scrisoare de la superiorul pensionarului către acesta, care exprimă tristeţea cauzată de plecarea unui membru valoros al echipei.
- Scrisoare de la pensionar către succesorul său, prin care-i urează fericire şi succes în muncă.

- Scrisori de la prietenii personali ai pensionarului, prin care îi doresc numai bine.
- Scrisori de la pensionar către toţi cei care i-au scris sau i-au trimis cadouri.

Iată câteva exemple:

Din partea unui angajat care se pensionează, către consiliul de conducere

... Faptul că Axco a remarcat pensionarea mea este unul dintre cele mai frumoase gesturi care mi s-au dedicat vreodată. Primirea din sufrageria Executivului a fost o surpriză totală. Încă nu-mi vine să cred că atâţia oameni mă stimau.

Frumosul album din piele va fi o amintire de suflet a tuturor anilor mei de serviciu. Îmi va lua o mulţime de timp să aranjez în el toate fotografiile, tăieturile din ziare şi suvenirurile. De-abia aştept.

Această scrisoare este o palidă expresie a recunoştinţei mele faţă de toţi cei care au făcut din pensionarea mea o ocazie atât de specială. Amintirile mele legate de această companie şi de toţi cei care au avut vreo tangenţă cu ea îmi vor lumina toată viaţa...

Din partea unui director superior care se pensionează, către consiliul de administraţie

... Îmi e greu să recunosc şi, cu atât mai mult, să accept realitatea faptului că a sosit timpul să plec. Îmi tot repet că retragerea mea din companie nu este şi o retrage din viaţă şi, totuşi, este greu să separ aceste două noţiuni în mintea mea. Aceşti 18 ani petrecuţi la Aquarius mi-au făcut plăcere din mai multe motive şi aş putea scrie o carte dacă le-aş enumera. În primul rând îmi vor lipsi oamenii de aici, care muncesc sub conducerea dumneavoastră, cu entuziasm, pentru o cauză comună. Îmi vor lipsi camaraderia, bucuria de a constata eficienţa interacţiunii compartimentelor noastre pentru realizarea proiectelor majore şi totala satisfacţie pentru succesele personale.

Această companie este cea mai bună, la fel conducerea ei. Angajaţii ei sunt foarte buni, iar clienţii ei sunt de asemenea cei mai buni. Îmi va fi dor de ea în fiecare clipă a vieţii mele...

Răspunsul consiliului de conducere la scrisoarea de mai sus

... Dacă dumneavoastră vă este greu să acceptaţi ieşirea la pensie, atunci aflaţi că mie îmi este imposibil să o accept! Dumneavoastră aţi fost sufletul echipei pe care aţi condus-o. Mă întreb dacă vom şti cum să formăm un alt om. Sper că vă veţi mai gândi la noi în timp ce chibzuiţi din ce direcţie să loviţi mingea de golf, pentru a nimeri în a zecea gaură.

Meritaţi să vă aflaţi printre jucătorii de golf, iar Ruth merită să vă aibă lângă ea după toţi aceşti ani în care v-aţi petrecut timpul muncind pentru rezolvarea problemelor noastre. Câştigul ei înseamnă pierdere pentru noi. Sper să vă amintiţi mereu acest lucru.

Prietenii dumneavoastră vă spun, întristaţi, adio!

Scrisoare de la un prieten personal către un pensionar

... A venit timpul când mai poţi fura o oră de somn dimineaţa fără să te îngrijoreze gheaţa de pe parbriz şi fără să intri în panică dacă procesorul de cuvinte al domnişoarei Sidwell nu mai merge. Acum poţi, în sfârşit, să citeşti toate cărţile despre cultivarea plantelor, pe care nu ai avut timp să le parcurgi. De fapt, poţi să te şi apuci să le cultivi în loc să tot vorbeşti despre aceasta!

Desigur, este o mare schimbare în viaţa ta, dar asta înseamnă, totodată, că prietenii tăi, ca şi mine, vor avea mai multe şanse să te vadă; eu consider că este o schimbare în mai bine...

4

Cum te îmbraci pentru serviciu

Există o artă a modului de a te îmbrăca bine pentru locul de muncă. Într-un fel, fiecare business reclamă şi un stil propriu al îmbrăcămintei, de fapt un cadru în interiorul căruia un membru din executiv îşi poate exersa spiritul creativ cât vrea, atât timp cât modul lui de a se îmbrăca rămâne adecvat serviciului respectiv.

Ţinuta unui membru ! executivului poate fi mai importantă într-o anumită ramură decât în alta. Cineva angajat în mânuirea banilor companiilor, de exemplu, trebuie să fie îmbrăcat cu grijă, decent; cineva angajat într-o muncă de creaţie se poate îmbrăca pentru a se simţi confortabil şi nu pentru a face impresie. Am auzit un avocat făcându-i observaţie unuia dintre colegii mai tineri în legătură cu aspectul neglijent al acestuia. „Numai un bogat excentric, care are peste 10 milioane de dolari, îşi poate permite să nu-i pese - a spus el - şi tu mai ai drum lung până să ajungi acolo. Ar fi mai bine să te speli şi să te aranjezi dacă eşti membru al acestei firme!"

În unele locuri modul de a se îmbrăca pentru serviciu este mai formal decât în altele. În sudul Californiei, Florida şi Texas, mulţi oameni de afaceri se îmbracă la întâmplare, în timp ce într-un loc cum ar fi New York-ul, după cum spune reporterul Enid Nemy, de la New-York Times: „felul în care te îmbraci are nuanţe atât de subtile încât o femeie care duce ceva într-o plasă de plastic străvezie sau un bărbat încălţat cu ciorapi albi, dar fără rachetă de tenis în mână, poate provoca o cotitură majoră, defavorabilă, într-o carieră care promitea".

Ştiinţa de a te îmbrăca cu gust

Există o infinitate de moduri de a te îmbrăca şi multe dintre ele se învaţă numai prin experienţă personală şi observarea atentă a ceea ce este bine, în opoziţie cu ceea ce este absolut inadecvat. Atunci când un bărbat apare într-un costum bleumarin la un cocteil este potrivit, dar când o femeie apare într-o rochie neagră de mătase, împodobită cu o broşă, la un eveniment de după-amiază, este nepotrivit. Este corect să îmbraci o rochie de bumbac la o partidă de golf sau la cumpărături, dar este neadecvat să porţi aceeaşi rochie la un prânz în oraş. Este potrivit să apari, seara la ora 18,00, la un cocteil de afaceri, în cea mai bună rochie de mătase pe care o ai; dar e nepotrivit să apari la o asemenea întâlnire într-un costum sport, de tweed. Când un bărbat poartă un sacou galben subţire, din in, sau de doc alb, la un cocteil într-o staţiune, vara, totul este foarte potrivit; nepotrivit este dacă se îmbracă aşa pentru un cocteil care are loc vara, în centrul oraşului Chicago.

Nu încape nici o îndoială că un membru tânăr din executiv, care nu ştie cum să se îmbrace, va avea de suferit în carieră. Este nedrept ca un lucru atât de artificial să fie atât de important, dar asta este realitatea. O persoană îmbrăcată modern, dar decent, cu haine de calitate şi potrivite cu activitatea în afaceri, face o impresie foarte bună pentru compania sa.

Înainte de a-şi cumpăra îmbrăcămintea, un membru din executiv trebuie să-şi pună următoarele întrebări:

- având în vedere meseria şi compania la care lucrez, este potrivit să port această îmbrăcăminte?
- este la modă cu adevărat sau doar un capriciu?
- mi se potriveşte acest stil?
- îmi vine bine?
- este potrivită pentru acest anotimp?
- este un produs şi o croială de cea mai bună calitate, astfel încât să-l pot purta mai mulţi ani?

De fiecare dată când te îmbraci pentru o întâlnire de afaceri trebuie să gândeşti la fel. Trebuie să alegi, să combini, să foloseşti diferite accesorii, astfel încât să fii bine îmbrăcat şi să te simţi bine când ajungi la destinaţie.

La cine să apelezi pentru sfaturi

Sursele autorizate de inspiraţie în ceea ce priveşte moda sunt revistele de modă şi rubricile de modă ale diverselor publicaţii. Nu te folosi în exclusivitate de emisiunile de modă de la televizor.

Publicaţiile de modă te ajută să înţelegi linia contemporană, dar tu eşti cel care trebuie să „potriveşti" materialul în funcţie de vârsta pe care o ai, de faţa şi conformaţia corpului tău, înainte de a cumpăra orbeşte orice apare în revistele de modă. De exemplu, poţi găsi în Vogue cinci pagini pline cu modelele unui nou designer japonez, care reprezintă tot ce e mai excentric şi exagerat. Ele sunt făcute să-ţi arate linia modei în viitor şi nu ceea ce trebuie să îmbraci la serviciu.

Iată câteva surse care te pot ajuta să te îmbraci în mod corespunzător:

- consultantul de modă dintr-un magazin de specialitate;
- un consultant de modă particular cu care poţi stabili o oră convenabilă pentru a merge cu tine la cumpărături;
- un prieten ale cărui îmbrăcăminte şi „aspect" sunt admirate de toată lumea.

Câteva principii de bază despre ce să faci şi ce să nu faci

- Un bărbat trebuie să fie atent să nu se parfumeze prea tare dacă lucrează într- un birou cu colegi conservatori; este de ajuns dacă se parfumează puţin. (After shave-ul este, bineînţeles, acceptat peste tot.)
- Dacă ar fi să-i întrebi pe oameni care-i înfăţişarea unei persoane care îi deranjează cel mai mult, vei găsi un număr surprinzător de mare care vor spune:
  - la o femeie, când se vede breteaua de la furou sau când are fire duse la ciorap;
  - la un bărbat, când i se vede piciorul între şosetă şi manşeta pantalonului, indiferent dacă piciorul este păros sau nepăros.
- Oamenii trebuie să fie prudenţi atunci când poartă lucruri prea strâmte. Dacă te îngraşi, ori îţi lărgeşti îmbrăcămintea, ori încerci să slăbeşti. Dacă te îmbraci cu ceva prea strâmt, este vizibilă îngrăşarea subliniată de hainele care abia te cuprind.
- Bărbaţii şi femeile care poartă adidaşi la o petrecere, după orele de serviciu, îşi insultă gazdele, după părerea mea. Când îi poartă la birou îşi insultă şefii;
- Nimeni nu trebuie să se laude cu casa de modă la care se îmbracă. Oamenii cărora te lauzi s-ar putea să nici nu fi auzit de firma respectivă. Este mult mai bine să-i laşi pe cei interesaţi să „descopere" singuri la ce casă de modă te îmbraci.
- Femeile trebuie să evite să poarte, la birou, materiale care se potrivesc numai pentru seară - exemplu: satin, brocard, catifea, lamé etc.
- Nimic nu este mai atrăgător, atât pentru femei, cât şi pentru bărbaţi, decât un fermier îmbrăcat în propriile lui haine de cowboy. În schimb, atunci când un funcţionar de la oraş poartă la birou un stetson, cizme de cowboy, o imitaţie de cataramă câştigată la rodeo şi o eşarfă la gât, pare mai degrabă ridicol decât autentic.
- Ca regulă generală, în afara staţiunilor de vară, puneţi deoparte pantofii albi şi sacoşele în ziua imediat următoare întoarcerii la locul de muncă şi nu le mai purtaţi înainte de sfârşitul lunii mai.

Protocolul sacoului

- O haină la două rânduri de nasturi este făcută să stea încheiată şi nu cu nasturii descheiaţi.
- Un bărbat, care lucrează descori fără sacou în birou, nu trebuie să poarte niciodată cămaşă cu mâneci scurte. Aceasta nu trebuie să apară niciodată. Cămaşa cu mâneci lungi arată mult mai bine, chiar dacă le ţii suflecate până la cot când este prea cald.
- Dacă lucrezi fără haină în birou, o îmbraci neapărat atunci când te duci să-ţi vezi superiorul. Acelaşi lucru trebuie făcut, bineînţeles, dacă un client sau un cumpărător din afară intră în biroul tău, sau orice altă persoană importantă din exterior. Este un semn de consideraţie.
- O femeie care îşi scoate jacheta la birou trebuie să o îmbrace din nou, exact în aceleaşi împrejurări în care o face şi bărbatul.

Un aspect îngrijit

Piatra de temelie a unui aspect plăcut este să fii îngrijit.

Trusa de cosmetică

Personalul din corpul executiv trebuie să păstreze undeva, într-un loc din birou, o trusă destinată împrospătării ţinutei în timpul zilei sau pregătirii pentru diferite evenimente care au loc după orele de program.

O astfel de trusă trebuie să conţină următoarele:

Pentru bărbaţi	*Pentru femei*
Periuţa şi pasta de dinţi	Periuţa şi pasta de dinţi
Apă de gură	Apă de gură
Pieptene şi perie	Pieptene şi perie
Fixativ	Fixativ
Aparat de ras	Fard
After-shave sau parfum	Parfum
Perii etc. pentru curăţat pantofii	Perii etc. pentru curăţat pantofii
	Trusă cu ac de cusut
	Ciorapi de schimb

Obiectele necesare pentru a avea un aspect îngrijit

Dacă vrei să stăpâneşti această problemă importantă, păstrează în casă o listă cuprinzând obiectele de îmbrăcăminte necesare aspectului îngrijit. Confruntă-te cu ea dimineaţa, înainte de a pleca la birou. După ce eşti îmbrăcat şi gata de plecare, verifică în ce fel apari în faţa oamenilor când te vor privi.

Lista obiectelor care te îmbracă din cap până în picioare

	Pentru bărbaţi	*Pentru femei*	*Pentru bărbaţi şi femei*
Cap	- Bine tuns - Aplicat after-shave - Barba şi/ori mustaţa bine tăiate	- Machiajul - aplicat cu atenţie - Sprâncenele aranjate - Cerceii şi/sau lănţişoarele lustruite şi curate - Dacă poartă o eşarfă ea trebuie să fie nepătată şi bine călcată	- Părul bine pieptănat, periat, arnajat şi curat - Faţa bine spălată - Urechile curate - Gâtul spălat
Corp	- Cămaşă curată - Gulerul şi manşetele verificate ca să nu fie uzate - Cravata frumos înnodată şi nepătată	- Parfum aplicat cu economie - Să nu fi rămas fard pe umerii rochiei, bluzei sau jachetei - Să nu se vadă bretelele de la furou	- Corpul bine spălat - Dat cu deodorant - Lenjerie curată - Haine nepătate şi bine călcate - Să nu ai nasturi lipsă - Batistă curată - Să nu fi căzut mătreaţă pe haine

Mâini		- Unghiile curăţate şi îngrijit tăiate Crema de mâini bine aplicată	- Mâinile spălate - Unghiile curate şi îngrijit tăiate -Inele curate şi fără urme de săpun - Cureaua de ceas în stare bună
Picioare	- Şosete curate, trase bine - Şireturile de la pantofi sau ciucurii de la mocasini în bună stare	- Dresul să fie bine întins pe picior - Dacă face cute pe picior, să fie bine întins din nou	- Pantofii bine curăţaţi şi fără urme de praf - Tocurile în bună stare
Geanta sau/şi servieta			- Pielea curată şi lustruită - Mânerul lustruit
Mănuşi			- Curate

Părul

Când se uită la tine cineva, unul din primele lucruri pe care le observă este părul. Nici un funcţionar superior din conducere nu vrea ca imaginea companiei să fie afectată de stilul extravagant în care-şi poartă părul vreunul din membrii direcţiei sale, bineînţeles dacă nu este implicat în prezentarea albumelor video ale starurilor rock. Linia părului tău poate fi la modă, fără exagerări. Un bărbat cu părul lung sau cu o coafură în sitl "afro" arată ca şi cum ar lupta împotriva instituţiei în loc să muncească pentru ea.

Barba şi mustaţa când sunt, când nu sunt la modă. Multor directori nu le plac, dar suferă în tăcere din cauza tunsorilor ciudate ale celor din subordine. Există ceva plăcut în aspectul îngrijit al unui bărbat proaspăt ras şi cu trăsăturile feţei distincte, în loc să-i fie ascunse de păr. Este important să se facă deosebire între un anturaj de creatori sau de intelectuali (unde abundenţa părului pe faţă este la modă) şi un anturaj conservator, de oameni de afaceri (unde abundenţa părului pe faţă este considerată ca o lipsă de îngrijire).

O femeie cu părul lung, lăsat drept pe spate, dă impresia că se agaţă obsesiv de tinereţe, ceea ce face să pară imediat mult mai bătrână. O femeie care îşi face părul permanent şi îl poartă în şuviţe dezordonate, în genul „unei jungle nedefrişate", poate părea celorlalţi ca o mătură. O femeie care-şi tapează părul la maximum trebuie să-şi dea seama că acest stil este demodat impropriu la serviciu. O femeie trebuie să arate ceea ce are în cap şi nu ceea ce îi creşte pe cap!

Iată alte câteva sfaturi privind îngrijirea părului pe care este bine să le ia în considerare femeile:

- *Ai grijă ca părul să fie frumos pieptănat sau periat tot timpul*, dar nu-l pieptăna în faţa altora.
- Nu-ţi asfixia colegii cu fixativul folosit.
- Promite-ţi ţie însăţi să nu fii niciodată văzută în public cu bigudiurile pe cap.

• *Nu-ţi trece mâna prin păr.* Pipăirea conştientă a vârfurilor părului sau îndepărtarea lui de pe faţă sunt gesturi iritante şi foarte neplăcute. Este foarte important să nu-ţi atingi părul în restaurant. Nu voi uita niciodată când am luat masa cu un avocat, iar la o altă masă, chiar din faţa noastră, era o femeie care-şi tot trecea degetele prin păr. Avocatul a spus că văzând-o, făcea, fără să vrea, o analogie care-i tăia pofta de mâncare, între părul ei şi spaghetele din farfurie pe care le prefira cu furculiţa.

Părul vopsit, perucile şi meşele

Până în jurul anilor '50, faptul că cineva îşi vopsea sau nu părul era un subiect tabu. Până atunci acesta era un lucru pe care „nu-l făcea nimeni", cu excepţia celor care îl făceau oricum, în secret, vopsindu-şi părul în cabine cu perdelele lăsate şi chiar fixîndu-şi ore la coafor sub nume false. Singurii bărbaţi din America care şi-au permis să-şi vopsească părul înainte de acea perioadă au fost stelele de cinema şi gangsterii.

Astăzi, vopsitul părului şi purtarea perucilor sunt universal valabile. În ciuda acestui lucru trebuie totuşi să ne amintim că:

• oricât ar fi de obişnuită această practică, este o dovadă de proastă creştere să întrebi pe cineva, direct, dacă-şi vopseşte părul, dacă poartă perucă sau meşă;
• o femeie din conducere care poartă perucă trebuie să o conserve astfel încât să pară cât mai naturală şi cei care fac afaceri cu persoana respectivă trebuie să fie atenţi la încheierea afacerilor şi nu la buclele, bretonul sau onduleurile ei;
• o femeie din corpul executiv trebuie să se abţină să poarte peruci de diferite culori sau să-şi schimbe prea des culoarea părului ei natural. Acest lucru îi zăpăceşte pe oameni şi o face să pară, într-un fel, schizofrenică;
• un bărbat mai bine nu mai poartă meşă decât să poarte una ieftină, care nu se asortează, sau care se vede clar că este artificială. Înainte de a începe să poarte o meşă, un bărbat trebuie să ştie că acest lucru este considerat de mulţi oameni drept o perversiune. Dacă s-ar face o statistică a răspunsurilor prietenilor şi asociaţiilor lui pe această temă, sunt şanse ca majoritatea să spună că preferă chelia meşei. Opţiunea rămâne, totuşi, la aprecierea bărbatului respectiv şi nu a prietenilor săi. Dacă el simte că arată mai tânăr şi mai bine cu o meşă, înseamnă că, probabil, aşa şi este.

Fardul

Fără îndoială că fardul înfrumuseţează aspectul unei femei. Când este aplicat cu dibăcie, el ascunde anumite trăsături neplăcute ale feţei, dar când este aplicat cu neîndemânare, accentuează aceste trăsături. O faţă fardată în mod excesiv este neplăcută.

O femeie deşteaptă îşi dă seama că pentru viaţa de birou „cu cât e mai puţin, cu atât este mai bine". Ea nu va dori niciodată ca fardul să fie primul lucru care se observă când o priveşti. De aceea ea foloseşte mai puţin fard pentru birou decât pentru timpul liber.

Acelaşi lucru este valabil şi cu privire la purtarea bijuteriilor la birou. Pune-ţi câte vrei, dar înainte de a ieşi pe uşă mai scoate-ţi ceva. Verifică-ţi faţa cu un ochi critic şi apoi mai şterge ceva, mai luminează altceva şi diminuează orice este exagerat.

Pentru birou ar fi suficiente:
- cremă de faţă;
- fond de ten incolor sau care se potriveşte perfect cu nuanţa pielii tale naturale;
- puţină pudră;
- puţin fard roşu de obraz;
- conturul subţire al ochilor, nu prea întunecat, aplicat astfel încât ceilalţi să nu-şi dea seama de el (ceea ce înseamnă să nu fie culori prea luminoase);
- creion pentru sprâncene (aplicat uşor, urmărind conturul iniţial al sprâncenelor).

Fardul de pleoape şi rimelul nu se folosesc la birou. De asemenea, nici alte produse de înfrumuseţare, cum ar fi genele false, pudra aurie, aluniţe artificiale sau alte lucruri care atrag atenţia.

Femeile de afaceri trebuie să-şi şteargă automat rujul de pe buze înainte de o întâlnire sau la o masă unde se vor servi lichide. Nu există nimic mai respingător ca un pahar, o cană sau o ceaşcă cu un cerc de ruj lipicios - imediat se anulează seriozitatea femeii respective. Dacă-şi şterge rujul înainte, cu o batistă, ceea ce mai rămâne pe buze nu va murdări paharul sau ceaşca.

Unghiile

Unghiile curate şi manichiurate sunt tot atât de importante pentru ţinuta unui bărbat ca şi pentru cea a unei femei. Mâinile sunt constant expuse vederii şi constituie o parte importantă din ţinuta unei persoane de conducere. Unghiile murdare şi roase provoacă o impresie puternic negativă. O femeie care îşi dă unghiile cu lac trebuie să folosească o culoare plăcută (altfel poate crea o impresie exact inversă, neplăcută). Unghiile lungi şi ascuţite, lăcuite cu un roşu aprins sau „un purpuriu pasional", atrag ca un magnet atenţia tuturor. O femeie mândră de unghiile ei foarte lungi va trebui să renunţe la preferinţele sale de manichiură în favoarea carierei.

Parfumul pentru femei

Parfumul este potrivit la birou numai dacă este folosit discret, astfel încât oamenii care-l simt să nu-şi dea seama decât vag de existenţa lui.

Nu există „parfumuri speciale pentru lumea afacerilor". Cumpăraţi ce vă place, dar nu uitaţi:
- cumpăraţi parfum şi colonie de calitate; un „parfum ieftin" este chiar mai rău decât o ţigară proastă;
- daţi-vă discret cu parfum şi nu în văzul tuturor. (Este un act tot atât de personal ca şi pieptănarea părului.)

Garderoba unui bărbat din corpul executiv

Iată lista obiectelor de îmbrăcăminte potrivite pentru un tânăr director care-şi începe cariera, ca şi pentru un director din categoria mijlocie (presupunem că cei din categoria superioară ştiu deja din ce se compune garderoba de care au nevoie, din moment ce au urcat în ierarhia corporaţiei):

Director proaspăt angajat	*Director care are deja o oarecare vechime în muncă*
3 costume de iarnă (poate unul albastru închis sau albastru închis cu dungi, unul din jerse şi unul ecosez, din lână, de culoare deschisă)	5 costume de iarnă
3 costume de vară (unul sport, cu dungi subţiri, unul de poplin cafeniu cu bleumarin, sau unul din bumbac cu dungi albastru/alb)	5 costume de vară
1 blazer bleumarin uşor, care se poate purta şi iarna şi vara	2 bluzoane bleumarin (pentru vară şi iarnă)
1 sacou sport, de purtare, din tweed	2 sacouri sport, din stofă
2 perechi pantaloni de ocazici dintre care unul din jerse cenuşiu	2 perechi de pantaloni de ocazie
3 perechi de pantaloni sport (blugi, pantaloni kaki sau de catifea reiată)	4 perechi de pantaloni oarecare
3 pulovere	5 pulovere
12 perechi de şosete de purtare;	14 perechi de şosete de purtare;
4 perechi de şosete pentru sport	8 perechi de şosete pentru sport
1 pardesiu sau palton în funcţie de climă	1 pardesiu şi un palton pentru orice climat
1 haină de ploaie	1 haină de ploaie
12 cămăşi pentru întâlniri de afaceri	24 cămăşi pentru întâlniri de afaceri
8 tricouri sport (sau polo)	12 tricouri sport (polo)
12 cravate	20 cravate
3 curele (neagră, maro, în dungi sport)	4 curele
2 perechi de pantofi de zi (maro şi negri)	4 perechi de pantofi
14 seturi de lenjerie de corp	14 seturi de lenjerie de corp
3 pijamale de iarnă şi 3 de vară	5 pijamale
1 halat pentru călătorie	1 halat de baie şi de casă pentru călătorie
1 pereche papuci pentru călătorie	2 perechi de papuci (de iarnă şi vară)
Haine pentru sporturile practicate inclusiv pentru sporturile de iarnă	(la fel)
Haine pentru jogging, costume de vară, şorturi, tricouri	(la fel)
Încălţăminte sport (adidaşi, clăpari etc.)	(la fel)
Cizme pentru excursii sau de lucru, dacă este cazul	(la fel)
Mocasini sau altfel de pantofi sport	(la fel)
	Pentru ocazii
	Costum deschis la culoare pentru cină
	2 cămăşi de seară
	2 cravate negre
	Bretele
	1 pereche de pantofi cu şireturi (sau pantofi de lac cu fundă)
	2 perechi de ciorapi negri de seară

Costumele pentru birou

O persoană din conducere trebuie să investească bani în minimum 3 costume de haine, bine croite şi de bună calitate. (Un costum scump arată mai bine şi ţine mai mult, deci este o investiţie mai bună.) Evident, cu cât cineva urcă mai sus în ierarhia administrativă, cu atât va avea mai multe costume în şifonier. Dacă atunci când comandă un costum, el nu este sigur de linia modei (forma umerilor, unul sau două şliţuri la spatele hainei, lărgimea reverelor, dacă pantalonii trebuie sau nu să aibă manşete etc.), se recomandă să ceară sfatul unui coleg care se îmbracă bine.

O haină la un rând de nasturi imprimă o linie zveltă şi arată bine pe oricine; una la două rânduri de nasturi arată bine pe un bărbat bine făcut, care nu este prea solid. Un costum cu vestă constituie, bineînţeles, ţinuta cea mai oficială, dar este mult mai puţin folosită acum de directorii mai în vârstă (care o consideră apanajul celor tineri şi care încearcă să pară mai în vârstă).

Un blazer uşor bleumarin, alături de nişte pantaloni gri, reprezintă un element important pentru clipele petrecute în afara biroului de un membru al executivului. Această combinaţie poate fi purtată vara în oraşele mari, deseori în locuri unde ar fi potrivit costumul, precum şi în staţiuni, în orice anotimp.

O persoană a cărei siluetă îi face probleme trebuie să-şi aducă aminte când îşi alege materialul pentru un costum nou că:

- materialele închise la culoare dau impresia de supleţe;
- imprimeurile mărunte sunt mult mai avantajoase pentru a te face mai suplu decât cele mari şi îndrăzneţe.

Cămăşi şi cravate

Modul în care un bărbat îşi asortează cămaşa cu cravata nu trebuie să fie întâmplător; culoarea se asortează cu imprimeul.

Cămaşa

- Poate avea gulerul prins în nasturi sau răsfrânt.
- Poate avea nasturi la manşetă sau mult mai oficiale, „manşete franţuzeşti" (care cer butoni).
- Poate fi o cămaşă de oraş, cu guler şi manşete contrastante - purtată toată ziua în răsărit, dar în alte comunităţi poate fi purtată numai în anumite ocazii.
- Mânecile să fie îndeajuns de lungi, încât manşeta să se vadă din haină aproximativ 2,5 cm.

Lenjeria (maioul) care se vede atunci când un bărbat se relaxează, cu cămaşa descheiată la gât, este un lucru tot atât de respingător ca bretelele de la furou atârnând la o femeie. Un bărbat care poartă un tricou până la baza gâtului trebuie să-şi ţină gulerul încheiat; dacă stă cu gulerul descheiat trebuie, de dragul celor prezenţi, să poarte un maieu destul de răscroit care să nu se vadă la gât.

Cravata

Cravata trebuie aleasă având în vedere asortarea ei cu costumul şi cămaşa deja achiziţionate pentru a fi purtate în timpul zilei. Bărbatul cu simţul culorilor şi priceput îşi poate permite inventivitate în combinarea culorilor cămăşii cu cele ale cravatei; altfel trebuie să se rezume la combinaţiile clasice.

Lăţimea cravatelor bărbăteşti variază în funcţie de schimbările survenite în modă. Dacă un director are dulapul plin cu cravate late, şi la modă sunt cravatele înguste, poate să le schimbe croiala şi să le îngusteze. Dacă are un dulap plin cu cravate înguste, trebuie să le păstreze până vor fi din nou la modă. Bărbatul care nu are simţul modei trebuie să-şi folosească ochii pentru a observa ce fel de cravate poartă bărbaţii din jurul lui (în plus, se poate uita într-o revistă de modă bărbătească, mai ales la reclamele pentru cămăşi).

Un bărbat care este foarte înalt trebuie să-şi cumpere cravate foarte lungi, de la un magazin bărbătesc special, sau să-şi comande cravate adecvate. Un bărbat foarte scund poate să-şi scurteze cravatele în armonie cu talia sa. „Cravata fistichie", imprimată cu mesaje sau desene vesele, este potrivită numai în afara serviciului pentru un director. La birou, acest gen de cravată e puerilă sau chiar prostească.

Papionul îl face pe bărbat să pară mai tânăr şi câteodată bizar. Dacă este purtat permanent, devine un fel de caracteristică a persoanei respective - alţii îl vor descrie ca pe „cel cu papionul". Dacă un bărbat îşi doreşte să aibă un astfel de semn distinctiv, nu există nici o contraindicaţie care să-l împiedice să-l folosească.

Genul conservator

Afacerile bancare şi financiare cer o ţinută clasică. Un bărbat care lucrează în domeniul bancar sau imobiliar, de exemplu, trebuie să poarte cămăşi şi cravate în anumite combinaţii de tip auster, după următoarele indicaţii:

- cămaşă albă cu cravată simplă (culori sobre, dungi şi modele simple, care nu sunt ţipătoare);
- cămaşă cu dungi delicate şi o cravată cu un imprimeu simplu.

Ţinuta directorului tânăr

O persoană mai tânără, pe un alt post, nu trebuie să se îmbrace tot atât de sobru, decât dacă lucrează într-un domeniu conservator. El poate purta următoarele combinaţii:

- o cămaşă galben pai cu dungi galbene şi bleu şi cravată de mătase cu model fin;
- o cămaşă bleu pal cu o cravată bleu cu model sau o cravată cu model în roşu, alb şi bleu;
- o cămaşă roz pal cu o cravată în care predomină roşul;
- o cămaşă cu dungi luminoase (dungi în culori dulci) cu o cravată foarte simplă (preferabil uni, neagră sau bleumarin).

Numai o persoană rafinată ştie să asorteze ţesătura costumului cu cămaşa şi cravata. De aceea cel mai bine este să eviţi combinarea dungilor cu carourile şi

ecosezul. În weekend un bărbat poate purta orice combinaţii, dar la birou acestea pot părea prea ţipătoare.

Pantofii

Deoarece picioarele unei persoane din conducere sunt aproape mereu la vedere, pantofii lui trebuie să arate întotdeauna bine, adică să fie de bună calitate şi în stare bună. Pantofii buni îşi menţin ani de zile forma dacă sunt pingeliţi şi li se repară tocurile regulat, dacă sunt periaţi şi curăţaţi zilnic, iar în timpul nopţii sunt ţinuţi pe şanuri. Modul în care îşi păstrează un bărbat încălţămintea este tot atât de important ca şi stilul acesteia.

Pantofii cu şiret (cu bombeu sau fără) au constituit întotdeauna linia clasică, dar acum sunt acceptaţi peste tot mocasinii şi pantofii fără şiret, comozi. Stilul gheată nu face parte din ţinuta de serviciu. Bărbaţii care poartă pantofi coloraţi atrag atenţia asupra picioarelor, ceea ce nu este recomandabil în majoritatea afacerilor.

Ciorapii

Singurul gen de ciorapi pe care trebuie să-l poarte bărbatul la serviciu este trei sferturi sau mai lungi (cei lungi susţinuţi de jartiere). Când un bărbat poartă pantaloni bufanţi trebuie să evite să se vadă pielea când stă jos, imagine care poate dăuna părerii despre rafinamentul ţinutei sale.

Iată câteva reguli generale despre culoarea ciorapilor:

Culoarea ciorapilor	*Asortată la îmbrăcăminte*
Alb	Costume albe pentru vară Pantofi sport, de iahting şi mocasini pentru activităţile din timpul liber
Negru, bleumarin sau gri închis	Costume pentru întâlniri de afaceri
Maro	Costume maro sau kaki
Pastel	Costume de vară de poplin kaki şi cu dungi albastre cu alb (pentru cei rafinaţi)
Culori strălucitoare sau model scoţian	Blazer sau jachetă sport cupantaloni din jerse cenuşiu, catifea reiată sau pantaloni kaki,doar pentru timpul liber liber
În întregime negru	Costume de seară

Pălării

Până în anii '50, pălăriei îi revenea partea esenţială a atracţiei pe care o exercita un bărbat; ea reprezenta şi o modalitate de a saluta. Când era prezentat unei doamne, pe stradă, bărbatul ridica pălăria în semn de respect. Când vedea un prieten, îşi ducea mâna la pălărie în semn de recunoaştere. În lift, nici un bărbat nu era văzut cu pălăria pe cap, în prezenţa unei femei.

Astăzi pălăriile nu mai sunt decât anexe întâmplătoare în garderoba unui bărbat bine îmbrăcat. Un bărbat poate avea o căciulă de blană care să-i protejeze capul în timpul iernilor geroase sau o şapcă de tenis care să-l protejeze de soarele verii. Dacă îi stă bine cu pălărie, poate să poarte una de fetru, iarna, şi una de pai (tare sau natur) cu o bandă colorată, vara. Pălăriile mari de pai şi cele colorate sunt potrivite pentru staţiunile de pe ţărmul mării, nu pentru birou.

Bijuteriile

Mulţi oameni din zilele noastre sunt încă de acord cu sentinţa rostită de Walter Hoving, fostul preşedinte al magazinelor de bijuterii din New York, Tiffany & Co., prin care a interzis vânzarea în magazinele lui a inelelor cu diamante pentru bărbaţi. El spunea că singurul fel de inel pe care trebuie să-l poarte un bărbat este verigheta sau inelul de colegiu.

Mulţi directori superiori în ierarhie se simt jenaţi când un director tânăr poartă lanţ sau brăţară de aur. Dacă e o firmă excentrică, nu contează cum se îmbracă cei din corpul executiv, dar, în lumea afacerilor, un bărbat ar trebui să poarte cât mai puţine bijuterii. (În timpul lui liber este, bineînţeles, altceva.)

Ceasul este, de obicei, prima achiziţie importantă în materie de bijuterii, urmează butonii asortaţi şi în fine, când şi dacă are nevoie de haine de seară, butoni asortaţi la o cămaşă elegantă.

„Bărbatul bine îmbrăcat", ca să-l citez pe elegantul meu prieten din New York, Edward Russell, este „cineva ale cărui bijuterii nu le observi, iar când în final vezi ceva sclipitor, este întotdeauna de bună calitate şi lipsit de extravaganţă".

Garderoba de bază a unei femei din corpul executiv

Femeia din corpul executiv care crede că are nevoie de un dulap plin cu numeroase taioare în stil bărbătesc şi cu cămăşi şi cravate bărbăteşti, sau câte o cravată pentru fiecare taior, face o mare greşeală, după părerea mea. Femeile sunt atrăgătoare în rochii potrivite pentru birou, în bluze moi şi feminine, pulover şi fuste în diverse combinaţii, costume cu croială suplă. O femeie din corpul executiv care arată că este femeie, în loc să imite moda bărbătească, îi face pe bărbaţii din jurul ei să se simtă confortabil şi, implicit, i se va uşura munca pe care o desfăşoară cu ei.

O femeie din corpul executiv trebuie să cumpere lucruri de bună calitate şi nu în mari cantităţi. Trebuie să fie sigură că totul se asortează. Este necesar ca în fiecare zi să găsească accesoriile potrivite la costumul pe care-l poartă, să ştie cum să i se muleze poala fustei pe picior (asta depinde de picioare şi de lungimea fustei); trebuie să ştie ce este potrivit pentru vârsta, corpul şi ocupaţia ei şi trebuie să-şi păstreze garderoba în bune condiţii, astfel încât toate acestea să o ajute în cariera ei.

Iată lista unei garderobe potrivite pentru o tânără directoare care-şi începe cariera, ca şi pentru o directoare care lucrează de câtva timp (presupunem că directoarele care ocupă această funcţie de mai multă vreme au învăţat de mult că garderoba le ajută la ascensiunea în carieră):

Directoare tânără	*Directoare cu experienţă*
(pentru iarnă şi vară)	(pentru iarnă şi vară)
2 compleuri de zi	4 compleuri de zi
6 bluze	8 bluze
3 pulovere (potrivite pentru serviciu)	3 pulovere (potrivite pentru serviciu)
3 fuste	5 fuste
3 rochii de zi	5 rochii de zi
o rochie neagră specială (pentru cocteiluri şi cină)	2 rochii negre speciale (pentru cocteiluri şi cină)
2 haine bine croite, una pentru iarnă, una pentru primăvară	2 haine bine croite, una pentru iarnă, una pentru primăvară
o haină de ploaie la modă	o haină de ploaie la modă
3 curele	6 curele
3 eşarfe	6 eşarfe
câteva seturi de lenjerie de corp	câteva seturi de lenjerie de corp
3 cămăşi de noapte	4 cămăşi de noapte
un halat de baie	un halat de baie pentru iarnă; halat de casă de mătase
8 dresuri	12 dresuri
2 perechi de pantofi, fără toc, sau cu toc potrivit	4 perechi de pantofi, fără toc sau cu toc potrivit
2 perechi de sandale elegante, sau escarpeni	4 perechi de sandale elegante sau escarpeni
	o pereche de papuci
o rochie lungă de seară	o rochie lungă de seară
	o pelerină de bal
2 perechi de pantaloni	o fustă de seară cu două sacouri
2 perechi de pantaloni lungi de sport	4 perechi de pantaloni lungi de sport
4 tricouri sport sau de polo	6 tricouri sport sau de polo
2 pulovere pentru sport	4 pulovere pentru sport
2 costume de baie	2 costume de baie
îmbrăcăminte pentru sportul pe care-l practică	îmbrăcăminte pentru sportul pe care-l practică
ciorapi şi şosete sport	ciorapi şi şosete sport

Accesorii

Accesoriile sunt lucruri personale, la modă, care diferă mult de la o femeie la alta. O femeie care nu ştie cum să-şi asorteze accesoriile la garderoba pe care o are este mai bine să cumpere mai puţine accesorii şi acelea cu ajutorul unui prieten priceput în modă sau al unui consultant din magazin.

La birou, accesoriile nu trebuie să fie bătătoare la ochi ca formă, culoare sau sunet. Trebuie să revin din nou asupra faptului că moda la birou nu trebuie să distragă atenţia.

Pălăriile

Pălăriile reprezintă un avantaj nemaipomenit pentru o femeie căreia îi plac şi ştie cum să le poarte. Ele pot înviora o rochie sau un costum şters, pot imprima o notă tinerească unui costum; ele pot ascunde un păr neîngrijit. O femeie care poartă pălării trebuie să le aleagă cu grijă ca să se potrivească cu haina şi rochia sau costumul pe care le poartă.

Când stă în birou, în timp ce munceşte, ar trebui să-şi scoată pălăria (dar dacă vizitează un client sau un cumpărător, poate să-şi păstreze pălăria pe cap).

Genţile

În mod obişnuit o femeie are nevoie de două genţi - una tip sport, îndeajuns de mare pentru ca să încapă în ea toate lucrurile necesare unei zile de lucru, şi o geantă mai mică pentru cocteiluri, pe care să o poarte la ocazii deosebite, seara. Amândouă trebuie să se asorteze cu celelalte accesorii vestimentare.

Unele teorii feministe susţin că femeile trebuie să înveţe să meargă fără poşete şi genţi la serviciu, pentru că o femeie care poartă geantă, mai ales una mare, lasă totdeauna impresia că scotoceşte în geantă, într-un mod cât se poate de neprofesional, deranjând şi iritând orice bărbat care se află în preajma ei.

Soluţia la problema scotocitului prin geantă constă în organizarea cum se cuvine a interiorului genţii astfel încât să ştii unde se află fiecare lucru. Pune-ţi toate ustensilele personale de înfrumuseţare, ca de exemplu pudra, pieptenul, rujul şi fardul de obraz, într-un mic portfard cu fermoar, astfel încât să poţi să le găseşti repede. Pune-ţi cheile pe un lanţ special, la care este ataşat un inel mare, astfel încât să le poţi găsi fără dificultate. Ţine-ţi ochelarii într-un toc pentru ochelari, astfel încât să-i găseşti uşor şi să fie şi protejaţi. Pune-ţi agenda, stiloul, carnetul cu adrese şi carnetul de cecuri într-o anume parte a genţii, astfel încât să le găseşti şi pe acestea foarte uşor.

Genţile au nevoie de înfrumuseţare. O geantă din piele se cere, din când în când, spălată şi lustruită la un şelar. O geantă din piele de căprioară are nevoie să fie periată cu o perie specială. Mânerul de metal al unei genţi trebuie lustruit din când în când.

O femeie nu trebuie să-şi lase poşeta pe biroul sau pe masa de conferinţe, când se află la o şedinţă, sau să o pună pe masă în timpul unei mese la restaurant. Geanta nu trebuie să fie expusă niciodată la vedere.

Bijuteriile

Purtarea bijuteriilor necesită o bună cunoaştere a modului în care trebuie purtate. Cel mai potrivit este să porţi ceva foarte simplu, ca o pereche de cercei mari, o brăţară de o formă neobişnuită sau un lănţişor dintr-un material neobişnuit. O notă perfectă o pot da, de asemenea, trei lănţişoare subţiri din aur, cu mici pandantive, care au fiecare propria lor istorie. Poate fi o bijuterie Art Deco sau ceva care aminteşte de stră-străbunica din secolul XIX. Niciodată nu este indicat să porţi mai multe bijuterii în acelaşi timp.

Ce trebuie să ţină minte o femeie din corpul executiv cu privire la bijuterii:

- bijuteriile purtate la birou trebuie să fie silenţioase. Bijuteriile zgomotoase sunt iritante şi distrag atenţia oricui se află lângă tine;
- cerceii lungi, care atârnă, fac parte, de regulă, dintr-o ţinută de seară şi nu cadrează cu un loc de muncă;
- un colier de perle poate fi purtat la orice şi oricând, singur sau împreună cu alte bijuterii. Un colier de perle cu cercei asortaţi arată bine întotdeauna;
- dacă porţi o bijuterie mică, minuţios lucrată, foarte veche, sau o adevărată bijuterie scumpă (cum ar fi o broşă mică de diamante montate în platină), nu o mai combina cu alte bijuterii. Lasă numai tonul imprimat de aceasta;
- de obicei nu se amestecă bijuteriile de aur cu cele de argint. A şti să le combini necesită un deosebit simţ al modei. Dacă totuşi ai o brăţară care este şi din argint şi din aur, atunci poţi purta şi altceva din oricare dintre cele două metale;
- alege-ţi cu grijă ceasul. Ar fi înţelept să cumperi mai multe ceasuri, astfel încât să ai unul pentru ocazii sportive, unul pentru birou şi unul pentru ţinuta de seară;
- nu purta inele pe toate degetele. Atrage atenţia şi nu este deloc recomandabil;
- o mulţime de bijuterii mari şi îndrăzneţe fac o impresie nemaipomenită, dar după ce le-ai pus pe toate, uită-te în oglindă din cap până în picioare şi începe să ţi le scoţi, una câte una, până când rămâi numai cu o singură piesă remarcabilă sau două piese mici.

Bijuteriile pentru o femeie care vorbeşte de la tribună sau microfon

O femeie care vorbeşte la un prânz sau la o cină, care va sta la tribună sau în faţa microfonului, se află de obicei aproape singură într-o mare de bărbaţi. De vreme ce astfel iese uşor în evidenţă, ar trebuie să fie preocupată de faptul ca părul, fardul şi hainele ei să arate cât mai bine, pentru că ea nu reprezintă numai compania, ci şi pe celelalte femei din conducere. Nu trebuie să poarte o rochie prea ţipătoare sau un costum foarte sever, pentru că auditoriul nu va vedea decât bustul femeii de la tribună. O bluză de o culoare pastelată, cu un papion, purtată cu un taior va îndulci întotdeauna efectul. O rochie cu umeri enormi pare disproporţionată de la distanţă. Prea mult fard este exagerat şi prea multe bijuterii fac femeia care stă la tribună să arate ca un candelabru.

Dacă o femeie din corpul executiv vorbeşte la microfon, nu trebuie să-şi agite etola, şalul sau eşarfa. Ea ar trebui să poarte o rochie simplă, care nu necesită permanenta mişcare a gâtului pentru a aranja accesoriile pe care le poartă, caz în care publicul va crede că e foarte nervoasă. (Dacă îi place să se joace cu lanţurile sau brăţările, în ziua apariţiei în public trebuie să renunţe la ele.)

Aspectul picioarelor

Ciorapii de damă dantelaţi şi dresurile brodate cu flori, păsări, picouri sau alte figuri nu trebuie să facă parte din ţinuta din timpul programului de lucru a unei femei, pentru că ies în evidenţă şi atrag în continuu atenţia la picioarele ei. Se potrivesc însă perfect pentru o ţinută la o petrecere de afaceri sau de societate, care are loc seara, pentru că sunt concepuţi pentru ţinuta de gală de la serate.

Pantofii

Pantofii unei femei sunt deseori în centrul atenţiei celorlalte persoane. De aceea ei trebuie să fie lustruiţi şi curaţi, cu tocurile într-o stare bună.

O femeie care poartă sandale decupate în faţă, unghiile date cu un lac de o culoare frapantă şi ciorapi subţiri, atrage atenţia tuturor la unghiile ei roşii. Şi dacă şi încălţămintea este excentrică, ele sunt şi mai evidente. Dacă poartă pantofi de o culoare neobişnuită, trebuie să poarte o rochie care nu are o culoare ţipătoare sau un costum uni. Geanta trebuie să se potrivească cu pantofii şi să se asorteze cu ei. O femeie care poartă tocuri extrem de înalte la birou, nu poate merge graţios; de asemenea, ea sugerează că nu are de gând să muncească în ziua respectivă, fiindcă ar solicita-o prea mult. O femeie care poartă pantofi frumoşi, bine făcuţi, de calitate bună, cu tocuri potrivite sau joase, demonstrează că este gata de acţiune şi poate merge oriunde.

Ţinuta adecvată

Când o gazdă scrie în josul paginii, în partea dreaptă a unei invitaţii, indicaţia „Ţinuta adecvată" trezeşte, de obicei, confuzie. A fi îmbrăcat adecvat, pentru o ocazie, reprezintă un lucru într-o regiune a ţării şi cu totul alt lucru în altă regiune a ţării.

Este, într-adevăr, datoria gazdei să explice ce vrea să spună şi să nu folosească ambigua directivă „Ţinuta adecvată". Este, de asemenea, datoria musafirului să sune gazda dacă nu înţelege cum trebuie să se îmbrace. Ar fi înţelept din partea gazdei să includă în invitaţie o mică notă separată (aceste note să fie multiplicate, pentru a fi puse în toate invitaţiile şi să conţină informaţii clare pentru musafiri, dacă gazda doreşte ca ei să fie îmbrăcaţi într-o altă manieră decât cea obişnuită, de serviciu: „Aduceţi-vă echipamentul de tenis"; „Veston şi cravată necesare în sala de mese a clubului"; „Vă rugăm să purtaţi încălţăminte pentru iahting", pentru o invitaţie la o petrecere pe un vas.).

Când te duci la o petrecere într-o regiune cum ar fi în sudul Californiei, la care bărbaţii se îmbracă seara în ţinută de gală, îmbrăcămintea neoficială nu-i unul şi acelaşi lucru cu cea neîngrijită. Pantalonii largi, blugii, puloverele şi bluzele sport trebuie să fie din materiale de calitate şi să aibă o croială după ultima modă. Pantofii tăi trebuie să strălucească de curăţenie. Prea mulţi oameni dintre cei care locuiesc în oraşele mari iau formula „ţinuta adecvată" drept „Vino îmbrăcat oricum". Pentru a compune din diverse accesorii vestimentare un costum sportiv de bun gust, este nevoie de efort şi un simţ deosebit al modei.

Când partenerii tăi de afaceri sunt în haine de lucru

În mod frecvent sunt întrebată, de tinerii directori, dacă trebuie sau nu „să se îmbrace la fel" cu colaboratorii cu care lucrează pe teren în supravegherea proiectelor de extragere a petrolului, pe terenuri agricole, în minerit, pe şantierele de construcţii etc. Răspunsul este da şi nu. Da, atunci când un director este tânăr şi nou în domeniul comercial. Dacă se apropie de supraveghetori şi este îmbrăcat în haine

de lucru, cum sunt şi aceştia, probabil că îi va face să se simtă mai în largul lor decât atunci când ar fi în cel mai elegant costum al său, a la Fraţii Brooks. Oricum, dacă este un tip elegant, probabil că nu va descoperi asta decât după o lungă perioadă de acomodare. De îndată ce va începe să-i cunoască mai bine pe oameni, va putea să se îmbrace după preferinţele sale din viaţa mondenă şi ei îl vor respecta pentru asta. Un director, specialist în vânzări, mi-a spus că dacă s-ar fi prezentat la o anumită întâlnire altfel decât în hainele sale cele mai bune de oraş, oamenii de pe teren s-ar fi simţit dispreţuiţi şi descumpăniţi. Cămăşile lui în dungi erau subiect de tachinare amabilă, aspectul său de Wall Street reprezenta caracteristica sa şi oamenilor le plăcea pur şi simplu. (Evident, un director nu trebuie să meargă pe teren purtând haine de gală dacă există pericolul de a se murdări în timpul lucrului.)

Schimbă-ţi stilul în funcţie de ocazie

Dacă stilul biroului tău este de ocazie (ca, de exemplu, într-un birou care produce filme sau în biroul regizorului artistic al unei agenţii publicitare), hainele tale trebuie să fie la fel de remarcabile din punct de vedere al calităţii materialului şi al croielii ca şi cele purtate de bancheri şi preşedinţii unor mari corporaţii. Puloverul şi pantalonii trebuie să fie moderne, atât ca ţesătură, cât şi în ceea ce priveşte culoarea. Pantofii, chiar dacă sunt cei pe care îi porţi tot timpul, sau unii pentru o ocazie deosebită, trebuie de asemenea să fie bine lustruiţi şi moderni.

Dacă uniforma ta obişnuită de muncă se compune dintr-o pereche de blugi şi un pulover sau un tricou sport, ar fi totuşi înţelept din partea ta ca, atunci când vizitezi clienţi şi cumpărători conservatori, să fii îmbrăcat la fel ca ei. Cu alte cuvinte, o femeie trebuie să se îmbrace în rochie, iar un bărbat în costum şi să-şi pună cravata când se duce la o firmă pe Wall Street, la o bancă din Texas sau la una din agenţiile de asigurări Hartford.

Când se recurge la schimbarea rapidă a ţinutei

Greşeli în ceea ce priveşte ţinuta se întâmplă mult mai des când este vorba de timpul liber al unui bărbat decât atunci când este vorba de serviciu, pentru că moda vestimentară în afaceri este mai stabilă şi se schimbă mai greu. Când o activitate a companiei presupune şi o perioadă de petrecere a timpului liber - ca, de exemplu, încheierea unui contract în cadrul unei întâlniri sau adunări care se ţine într-o staţiune - atunci prestigiul companiei este implicat în felul în care se îmbracă şi apar în public persoanele din executiv.

Moda într-o staţiune se schimbă rapid. Ceea ce este foarte în vogă într-un an, poate fi complet demodat anul următor (pantalonii din material flauşat, sângeriu, de Madras, şi cămaşa înflorată hawaiană, gen Harry Truman, sunt două exemple grăitoare în acest sens).

Anumite staţiuni şi cluburi de pe litoral sunt foarte conservatoare şi un bărbat care poartă un slip prea mic ar fi foarte criticat acolo. Trebuie să ştie ce fel de costum de baie poartă majoritatea. Dacă intenţionează să înoate pe Riviera, poate apărea într-un şort strâmt şi nimeni nu va întoarce capul după el, dar va fi criticat

dacă va purta acelaşi lucru la Clubul de la Plaja Lawrence, în Long Island, unde şorturile mai lungi se impun în mod riguros (fără ca cineva să fi menţionat acest lucru în vreo publicaţie).

Cel mai bun lucru pe care-l are de făcut o persoană din corpul executiv, înainte de a se duce la o importantă întâlnire care se ţine într-o staţiune, este de a cere sfatul cuiva competent, pentru a evita nepotrivirile de modă prin împrospătarea garderobei necesare în vederea petrecerii timpului liber.

Ciorapi trei sferturi şi cum arăţi fără şosete

Pe o vreme foarte călduroasă, în anumite oraşe tropicale din întreaga lume, pentru o persoană din executiv este adecvat, dacă are picioare frumoase, să meargă la birou în bermude lungi cu ciorapi trei sferturi albi, bej, negri sau gri, în sacou şi cu cravată. În regiunile urbane mai însemnate, această ţinută nu este potrivită pe timp de vară.

Când un bărbat este vara în vacanţă într-o staţiune, el trebuie să poarte ori şosete albe ca la gimnastică ori pantofi de tenis fără şosete (espadrile sau orice încălţăminte uşoară etc.) sau pantofi pentru iahting, indiferent dacă poartă şort, pantaloni de vară sau blugi. Ţinuta în care nu intră şi şosetele este bună pentru perioada de vacanţă atât ziua, cât şi seara. Totuşi, arată cu mult mai bine dacă gleznele persoanei respective sunt bronzate.

O femeie din corpul executiv în pantaloni

Moda aduce în permanenţă în prim-plan pantalonii şi costumele cu pantaloni, apoi le împinge înapoi în debara. Un factor rămâne totuşi constant: unele femei arată superb în pantaloni şi altele nu; cea de-a doua categorie ar trebui să-i poarte cât mai rar posibil.

O femeie nu trebuie să poarte pantaloni la serviciu dacă nu îndeplineşte toate aceste criterii:

- să aibă o siluetă foarte bună pentru pantaloni;
- să aibă un simţ dezvoltat al modei şi să ştie ce alte piese de îmbrăcăminte şi accesorii să poarte la ei;
- să-şi poată permite pantaloni de bună calitate şi bine croiţi.

Unii bărbaţi nu se simt la largul lor lângă o femeie care poartă pantaloni; femeia poate în mod inconştient să se facă temută de colegii de sex opus. Pentru mine acest motiv este suficient pentru ca femeile-director să nu poarte pantaloni la birou.

O femeie din executiv în şort

O femeie care se află într-o excursie, care implică şi afaceri, poate purta şort numai într-o ocazie de petrecere a timpului liber în afara casei şi numai dacă picioarele şi silueta ei sunt perfecte. (Aceste condiţii elimină majoritatea femeilor!) O femeie care poartă şort în compania colegilor ei este privită la fel cu aceea ce poartă o rochie extravagantă. O asemenea ţinută este prea sexy.

Femeia şi costumul ei de baie

Când o femeie se află în compania unor parteneri de afaceri, cumpărători sau superiori, într-o staţiune de odihnă, ea trebuie să poarte un costum de baie modern (de exemplu un costum de baie întreg), dar nu unul aproape inexistent (ca, de exemplu, unul de la care s-a renunţat la una din piese sau un bikini minuscul). În cazul în care ea arată nemaipoment, aceasta se va vedea oricum destul de bine; dacă însă costumul ei de baie atrage atenţia, aceasta s-ar putea să aibă o influenţă negativă asupra propriei cariere.

Cum te îmbraci pentru diverse genuri de petrecere

Bărbaţii nu întâmpină aceleaşi probleme cu care se confruntă femeile când trebuie să decidă cum să se îmbrace pentru un eveniment deosebit. Aceasta reiese clar şi din tabelele următoare.

Pentru micul dejun, prânz, ceai sau un cocteil de la ora 17,00

	Femeia	*Bărbatul*
Vara	Rochie (nedecoltată) sau compleu dintr-un material uşor de vară, ca in, mătase naturală sau bumbac Pantofi eleganţi (dar nu dintr-un material pentru seară)	Cel mai bun costum al său de vară, închis la culoare Cravata favorită Cea mai frumoasă cămaşă pentru întâlniri de afaceri pe care o are Pantofi închişi la culoare, în cea mai bună stare
Iarna	Rochie (nedecoltată) sau compleu cu o bluză de mătase elegantă sau dintr-un material călduros Pantofi eleganţi (dar nu dintr-un material pentru seară); Orice culoare de iarnă sau imprimeu sunt potrivite	La fel ca mai sus, dar costumul închis la culoare, va fi dintr-un material gros, de iarnă

Pentru o petrecere de afaceri (cocteil la ora 18,00 sau cină la ora 19,00)

	Femeia	*Bărbatul*
Vara	Rochie neagră ori închisă la culoare sau rochie imprimată Bijuterii strălucitoare Escarpeni sau sandale de seară O poşetă mică Ciorapi obişnuiţi sau fantezi	Cel mai bun costum al său de vară de culoare închisă Cravata favorită Cea mai bună cămaşă Pantofi negri într-o stare bună
Iarna	Rochie sau compleu de teatru din catifea, brocart, satin, lamé etc. (Culori închise şi strălucitoare, adecvate) Bijuterii strălucitoare Poşetă de seară Ciorapi obişnuiţi sau fantezi	La fel ca mai sus, dar va purta un costum dintr-un material gros, de iarnă

Pentru o petrecere de seară cu ţinută obligatorie (ora 19,00 sau mai târziu)

	Femeia	*Bărbatul*
Vara	Rochie scurtă, midi sau lungă, de seară, dintr-un material răcoros sau subţire (bumbac, şifon, organdi etc.) Bijuterii sclipitoare Poşetă de seară Sandale de seară Ciorapi de seară (simpli sau cu model)	Smochingul său de vară Cămaşă de seară de foarte bună calitate Şosete negre Pantofi luxoşi din piele neagră
Iarna	Rochie scurtă, midi sau lungă, de seară, dintr-un material călduros (de iarnă) pentru seară (satin, brocart, lamé, tafta) Bijuterii sclipitoare Poşetă de seară Sandale de seară Ciorapi de seară (simpli sau cu model)	Smochingul de iarnă Cămaşă de seară de foarte bună calitate Şosete negre Pantofi luxoşi din piele neagră

Schimbarea ţinutei de serviciu pentru o petrecere de seară

Este o idee bună, dacă te duci direct de la birou la o petrecere, să te îmbraci deosebit în ziua respectivă.

În continuare sunt prezentaţi doi directori în pas cu moda, John şi Jane Doe, care se îmbracă dimineaţa pentru birou într-o zi care se va sfârşi cu un cocteil sau un dineu simplu (neceremonios). Ei duc un minimum de haine suplimentare cu ei la birou. Acestea sunt schimbările pe care le vor face atât, vara cât şi iarna.

Pe perioada verii

John Doe poartă la birou	*Jane Doe poartă la birou*
Costum de lână subţire, bleumarin Cămaşă galbenă (sau orice culoare pastel) Cravată bleumarin cu model delicat, galben Încălţăminte de vară, neagră, cu şosete subţiri, bleumarin	Rochie din bumbac tricotată, la baza gâtului, de culoare crem Colier şi cercei din coral Curea de culoare crem, împletită şi geantă mare Escarpeni, fără toc, de culoare crem
La ora 17,30 se schimbă la birou, înainte de a merge la petrecere	
Acelaşi costum Cămaşă albă, curată, cu manşete franţuzeşti şi butoni Cravată din şantung, culoare pastel sau închisă	Aceeaşi rochie, dar schimbă curcaua cu una aurie, îngustă Schimbă bijuteriile cu perle, aur sau strasuri Sandale cu tocuri înalte, de culoare crem Poşetă mică de culoare crem

În timpul iernii

John Doe poartă la birou	*Jane Doe poartă la birou*
Costum de jerse gri închis	Taior Chanel din stofă de lână neagră
Cămaşă în dungi	Bluză de mătase roşie cu o cravată fină (dintr-o ţesătură delicată)
Cravată din mătase neagră cu dungi asortată	Escarpeni negri (tocuri potrivite)
Pantofi negri şi şosete negre	Ciorapi culoarea piciorului
Pardesiu de lână de culoare închisă sau un trenci bine croit	Cercei de aur de dimensiuni mici
	Geantă mare din piele
	Haină de iarnă, largă, din tweed alb cu negru, bine croită

La ora 17,30 ei se schimbă la birou înainte de a merge la petrecere

Acelaşi costum de jerse de culoare gri închis	Acelaşi compleu negru din stofă de lână
„Cămaşă de oraş" de culoare bleu pal, cu guler alb, manşete şi butoni	O bluză de lamé auriu
Cravată nouă bleumarin, cu un model discret bleu, roşu şi alb	Adaugă perle şi lanţuri de aur (sau coliere)
	Îşi pune ciorapi de seară, nuanţă aurie şi escarpeni din satin
	Geantă mică, de satin negru

Când femeia din corpul executiv participă la o serată

- Geanta şi pantofii ei trebuie să fie asortaţi.
- Poartă mănuşi lungi numai la un bal, la o ocazie deosebită sau la o întrunire foarte ceremonioasă.
- O notă deosebită: mănuşi albe din piele naturală (nu de bumbac), scurte sau trei sferturi.
- Dacă nu are o haină de blană lungă sau o jachetă de blană de purtat iarna, poate să-şi cumpere sau să-şi facă o haină lungă din stofă de lână sau o pelerină de catifea sau satin.
- Poate să-şi acopere partea de sus a unei rochii decoltate pentru o serată de afaceri cu o jachetă de catifea, mătase sau brocart, cu un pulover elegant, o etolă sau un şal (unul care să rămână pe umeri şi să nu-i alunece tot timpul).
- Ea trebuie să-şi păstreze rochiile extravagante pentru viaţa particulară şi pentru petrecerile proprii.
- Cu cât mai puţine bijuterii, autentice sau imitaţii, cu atât este mai bine.
- Ea face o greşeală dacă are o coafură bizară, complet diferită de cea obişnuită. Există posibilitatea ca unii dintre colegii ei să prefere femeia pe care o văd la birou.
- Face, de asemenea, o greşeală dacă apare cu gene lungi, false şi cu ochii machiaţi exagerat. Partenerii de afaceri ar putea vedea o latură diferită a ei, una care nu are legătură cu afacerile.

Diferite moduri de a te îmbrăca pentru o serată sobră

Un astfel de eveniment este ceva deosebit, ieşit din comun, aşa că gazdele cer musafirilor să se îmbrace cât mai elegant. Ţinuta de seară creează acea inconfundabilă atmosferă festivivă a unei petreceri.

Îmbrăcămintea unui bărbat este tradiţională, aproape rituală. O femeie însă are mult mai multe posibilităţi.

Vestimentaţia unei femei pentru asemenea ocazii

Pentru un dineu de afaceri într-o casă particulară, de la ţară sau de la oraş, la sfârşitul săptămânii

- Rochie lungă până în pământ, strâmtă sau
- Rochie largă gen caftan, sau
- Fustă lungă cu bluză, sau
- Fustă lungă cu pulover de seară, sau
- Pijama pentru *party pajamas*

Pentru cină în sala de dineuri a executivului, la restaurant sau în orice alt loc public

- Costum de seară (fustă lungă şi jachetă asortată) dintr-un material elegant, sau
- Rochie de seară brodată cu mărgele sau alt material pentru seară (scurtă, trei sferturi sau lungă până în pământ), sau
- Rochie lungă, strâmtă, decoltată, cu o jachetă dintr-un material elegant (care nu se foloseşte la un eveniment de afaceri ci numai pentru un eveniment cu caracter particular)

Pentru bal

- Rochie lungă, strâmtă, brodată cu mărgele
- Togă din satin,fără centură, cu fustă lungă şi etolă
- Rochie din şifon vaporoasă
- Orice rochie foarte elegantă şi graţioasă.

Vestimentaţia unui bărbat pentru asemenea ocazii

Îmbrăcămintea de seară a unui bărbat, pentru o ocazie deosebită, impune clasicul costum negru (sau smoching). Dacă o persoană din executiv are numai unul în garderoba sa, ar fi înţelept din partea lui să cumpere unul scump - până la mediu - , pe care îl poate purta oriunde. Haina la costumul de seară este croită la unul sau două rânduri de nasturi, uneori cu un şliţ simplu sau dublu la spate. Gulerul este făcut din satin sau mătase neagră (niciodată din catifea, vă rog!) şi poate fi gen şal, sau cu revere simple, sau crestate. Lăţimea acestora se schimbă potrivit modei. O haină făcută dintr-un material netradiţional (ca de exemplu, un brocart colorat) pare prea extravagantă şi ieşită din comun.

Cămaşa albă de seară (alb-mat sau de o culoare foarte pală, pastel) are deseori pieptul plisat: nu trebuie să fie brodată sau cu dantelă. Discreţia este potrivită pentru vestimentaţia de seară a unui bărbat. Cămaşa poate avea mici nasturi din perle (un bărbat poate purta şi butoni).

Brâul (cu care se strânge talia) şi papionul trebuie să fie negre, sau eventual roşu deschis, din stofă, mătase sau din catifea. În timpul iernii brâul poate fi din brocart.

Vesta de seară se poartă deseori la un costum pentru dineu.

De obicei este confecţionată dintr-un damasc negru, satin, catifea sau mătase neagră, cu nasturi mici, îmbrăcaţi în acelaşi material. Vesta ţine cămaşa la locul ei, îngrijită şi, dacă este bine croită, poate da o impresie de supleţe siluetei unui bărbat. O haină de seară la două rânduri de nasturi elimină desigur din discuţie atât brâul cât şi vesta, dar amintesc din nou că o haină la două rânduri de nasturi nu ar trebui purtată de o persoană foarte solidă.

Pantalonii de seară, cu vipuşcă neagră de satin pe părţile laterale, sunt prinşi cu o curea pe talie, ori sunt susţinuţi de bretele care au nasturi sau agrafe de prindere în talie.

Unora le place să poarte trews - pantaloni scoţieni strâmţi, ecosez, cu vipuşcă de satin negru. O persoană cu strămoşi scoţieni este deseori iritată să vadă pe cineva purtând acest gen de pantaloni, deşi nu are nici un drept să o facă. Totuşi, cu adevărat greşit este atunci când asemenea pantaloni sunt purtaţi de un bărbat care nu este subţire, ci mai degrabă plinuţ.

Şosete negre se poartă numai cu pantofi eleganţi din piele neagră (cu şireturi) sau pantofi uşori din lac negru, „anume pentru dans", cu funde mari şi negre; mulţi bărbaţi poartă mocasini negri şi eleganţi la costumul de dineu, deşi aceştia nu sunt potriviţi.

Pantofii obişnuiţi din catifea sau foarte ascuţiţi, fără şireturi, se potrivesc doar la un dineu sobru, într-o casă sau un club; la dineurile de afaceri şi la evenimentele publice este o ţinută prea împopoţonată. Tot aşa este şi un smoching cu sacou din catifea şi pantaloni negri. Acest ansamblu foarte frumos se potriveşte la un dineu sobru într-o locuinţă particulară, nu într-un loc public. După părerea mea, o haină de damasc sau dintr-un material bizar nu se potriveşte nicăieri.

În timpul iernii, când este frig, un bărbat trebuie să poarte mănuşi gri la costumul de seară, la care se potriveşte o pălărie din fetru, gri sau neagră cu o panglică neagră. (Desigur, dacă are o pălărie îndrăzneaţă şi dacă are curajul să o poarte, aceasta îi va da un aer chipeş.)

Un dineu sobru vara

Pentru un dineu sobru, vara, în oraş, o persoană din executiv trebuie să poarte costumul de seară, negru.

Pentru un astfel de dineu la ţară sau într-o staţiune, poate opta pentru:

- Costumul negru de seară (cravată neagră, cămaşă albă) care se potriveşte întotdeauna într-o asemenea ocazie.
- O haină albă şi pantaloni de seară negri, deşi nu este o ţinută la fel de elegantă ca cea amintită mai înainte.
- O haină uni (de culoare deschisă) sau o haină cu model şi pantaloni negri.
- O haină neagră şi pantaloni de culoare deschisă, uni sau cu model.

Accesoriile vestimentare ale ţinutei de seară masculine

O batistă fină albă sau de altă culoare, aranjată cu colţ şi prinsă la buzunarul din stânga, sus, al sacoului adaugă o notă de eleganţă unei haine de seară. Uneori batista este dintr-un fel de mătase, cu model. Pentru a arăta cum trebuie la o serată, brăţara

ceasului de mână al unui bărbat trebuie să fie din aur, argint, platină sau dintr-un material complet negru.

Butonii trebuie să fie de dimensiuni mici. Când sunt de dimensiuni prea mari şi ţipători, dovedesc un gust îndoielnic, chiar dacă sunt din pietre semipreţioase sau preţioase. Butonii pot fi din aur sau platină cu perle, perle de cultură, email, pietre semipreţioase sau pietre preţioase mici.

Un papion negru la un costum de seară se potriveşte în orice sezon. Materialul cravatei este satin, mătase neagră ori catifea. Un papion prezintă avantajul că este deja legat, faţă de o cravată căreia trebuie să-i faci nodul, şi majoritatea bărbaţilor preferă să-l facă ei înşişi (este „unul din primele lucruri pe care le învaţă un adevărat gentleman", după părerea unui prieten care este, întotdeauna, foarte bine îmbrăcat).

Chiar dacă papioanele mici, purtate cu un guler tare, apar deseori în revistele de modă şi sunt purtate acum de tinerii de pe tot cuprinsul Americii, eu sunt de acord cu John Duka, de la ziarul New York Times, care scria, în 1983, că un bărbat care poartă brâu şi papion, cu un guler tare, arată mai degrabă a chelner şi nu a musafir. În opinia multora, un guler tare trebuie purtat numai cu un papion alb sau un smoching alb, la ocazii speciale.

Evenimentele la care se poartă frac: o petrecere seara târziu, o ceremonie

Cea mai ceremonioasă dintre toate ocaziile este genul de petreceri de seara târziu la care se poartă frac. Înaintea celui de-al II-lea război mondial asemenea petreceri erau un eveniment obişnuit în viaţa socială a managerilor şi conducătorilor administrativi; astăzi acest gen de petreceri reprezintă ceva pe cale de dispariţie, cu excepţia unei căsătorii luxoase. *„Bărbaţii sunt colosali în smoching şi frac"*, aprecia prinţesa de Wales. (De fapt, femeile susţin acest lucru încă de la mijlocul secolului al XIX-lea.) Smochingurile şi fracurile sunt încă şi astăzi purtate la anumite dineuri şi recepţii la Casa Albă, la baluri de debut, la anumite evenimente tradiţionale, cum ar fi seara de deschidere cu National Horse Show la Madison Square Garden sau seara de deschidere la Opera din San Francisco, la Balul Lebedelor din Nashville, şi la toate dineurile foarte importante de la hotelul Waldorf Astoria din New York.

Smochingul şi fracul pot fi închiriate în orice mare oraş din America. La fracul negru de mătase şi lână, un bărbat poartă o cămaşă albă, scrobită, cu guler tare, butoni, o cravată albă, o vestă, şosete negre şi pantofi negri, eleganţi. Pentru dans un bărbat poartă mănuşi albe, dintr-o piele fină (când porţi aşa ceva n-ai palmele umede).

Femeile vin îmbrăcate în rochiile lor de bal cele mai deosebite şi poartă bijuterii şi haine de blană (proprii sau împrumutate). Acesta este momentul pentru o coafură fantezistă. Mănuşile lungi albe nu sunt obligatorii.

Vestimentaţia pentru aceste ocazii este sugerată în colţul de jos din dreapta al unei invitaţii. Aceste evenimente nu se desfăşoară de la mijlocul lunii iunie până la mijlocul lunii septembrie, pur şi simplu din cauza căldurii; această ţinută este foarte călduroasă pentru a fi purtată vara.

Ceremonia unei nunţi cu frac, nu începe mai devreme de ora 20,00 şi de obicei include cina şi dansul după ceremonie. Mirele, socrii şi organizatorii petrecerii

poartă smochinguri şi fracuri iar majoritatea invitaţilor este posibil să fie îmbrăcaţi astfel. Dacă este prea greu să-şi aranjeze o ţinută atât de elegantă, un bărbat invitat la ceremonie poate purta şi smoching.

Îmbrăcămintea pentru afaceri internaţionale

Există o soluţie foarte simplă pentru a te îmbrăca adecvat încheierii unei afaceri într-o altă ţară: informează-te înainte de a-ţi face bagajul. Întreabă-ţi partenerul străin care va fi programul şi ce haine trebuie să-ţi aduci. Află care sunt obiceiurile privind îmbrăcămintea în ţara respectivă, fie de la cineva care s-a născut şi lucrează aici, fie de la un diplomat, sau de la un om de afaceri care s-a întors de curând dintr-un lung sejur în acea ţară.

Există multe obiceiuri şi tabuuri pe care trebuie să le cunoşti călătorind în anumite ţări. Iată câteva:

- În Republica Populară Chineză, nu te îmbrăca în alb (este semn de doliu).
- Poartă un costum uşor, închis la culoare, în ţările arabe. (Dacă este extrem de cald poţi să-ţi scoţi cravata.)
- Femeile nu trebuie să poarte pantaloni în ţările arabe sau orice altceva care poate fi considerat că nu „acoperă totul" (se recomandă mâneci lungi, haine peste genunchi etc.).
- Costumele închise la culoare şi cravatele de culori închise sunt cele mai potrivite în Orientul Îndepărtat.
- În Filipine un bărbat poate să poarte un baron (o cămaşă lungă brodată) cu pantaloni, zi şi noapte. O femeie-director nu trebuie să îmbrace o astfel de cămaşă; în orice caz nu înainte de a ajunge acasă, unde o poate purta ca bluză de vară, pe plajă.
- Un bărbat sau o femeie care poartă un model înflorat, complicat (ca cel de pe o cămaşă hawaiană) este prea frapant în orice ţară străină. Un american aflat într-o altă ţară trebuie să fie moderat din punct de vedere al cromaticii hainelor şi pe cât se poate de discret din punct de vedere fizic.
- În Orientul Îndepărtat şi în ţările arabe ţi se poate cere să te descalţi înainte de a intra într-un lăcaş de rugăciune sau o moschee; de aceea asigură-te dinainte că şosetele sunt într-o stare bună!
- O persoană din conducerea superioară s-ar putea foarte bine să aibă nevoie de haine de seară în Europa de Vest. Fii pregătit, chiar dacă în programul tău nu figurează o serată la cravată neagră.
- În Israel cuvântul de ordine este totala lipsă de formalism. Nu vei avea nevoie de o cravată şi uneori nici de o jachetă. Oricum, există o regulă generală bazată pe experienţă: dacă vei merge pe prezumţia că orice altă ţară este mai formalistă în afaceri decât suntem noi, probabil că va fi bine.

5

Manierele în afacerile internaţionale

Când mergi în străinătate pentru o scurtă călătorie de afaceri, sau pentru a lucra într-o ramură a profesiunei tale câţiva ani, porţi cu tine atât drapelul patriei, cât şi pe cel al companiei tale. Tot timpul petrecut în străinătate trebuie să-ţi supraveghezi comportamentul. Ajungând într-o altă ţară, dacă nu ştii nimic despre ea, acest lucru reprezintă în mod automat o insultă adusă poporului acelei ţări. Oamenii vor crede că îi socoteşti lipsiţi de importanţă, că nu te interesează cine şi ce sunt.

Cheia succesului în afacerile tale şi în relaţiile personale într-o ţară străină este de a învăţa cât mai mult despre ţara respectivă şi a dori sincer să te integrezi într-o cultură nouă şi diferită de a ta. Ca persoană din conducere pe probleme de afaceri, trebuie să tinzi să devii un bun cetăţean al ţării gazdă, aşa cum şi tu, la rândul tău, vrei ca asociaţii tăi străini să fie buni cetăţeni ai Americii, când sunt aici, pe meleagurile noastre. Unii americani cred că, de vreme ce suntem ţara cea mai puternică din lume, putem să influenţăm totul şi să fim stăpâni pe situaţie oriunde ne aflăm. Ei adoptă o atitudine de iritare şi, în acelaşi timp, contrariată, vrând parcă să spună: „de ce nu sunteţi ca noi?", atunci când lucrurile nu merg exact cum se întâmplă acasă.

Un american interesat de bunul mers al afacerilor, aflat într-o ţară străină, îşi face sute de prieteni şi creează relaţii publice de muncă eficiente pentru Statele Unite ale Americii. Americanul nepăsător (sau chiar soţia ori copiii nepăsători ai omului de afaceri american) distruge într-o oră ceea ce a reuşit să facă americanul preocupat în luni de zile. Uneori cineva poate asista la scene neplăcute între oamenii de afaceri americani şi soţiile lor în aeroporturi, holuri de hotel, restaurante sau magazine. Când americanii sunt nemanieraţi - fie că nu se deranjează să-ţi ceară scuze când este cazul, fie se plâng de ţara respectivă ori admonestează un subaltern - la scena respectivă asistă, în mod inevitabil, mai mulţi oameni, care îşi vor aminti de ea întotdeauna. Întreaga noastră naţiune poate deveni „americanul urît" în ochii străinilor şi totul numai din cauza comportamentului unuia sau a câtorva americani.

Este tot atât de uşor să fii un „american frumos" pe cât este să fii unul „urît". Întotdeauna poate fi spus ceva bun despre orice ţară şi, dacă trăieşti cu familia într-o ţară străină, este înţelept să cauţi să-i descoperi imediat partea bună şi să te concentrezi asupra ei. Dacă doreşti într-adevăr să te înţelegi cu oamenii acelei ţări, vei reuşi.

Sper ca acest capitol să trezească simţul lucidităţii în legătură cu importanţa unei atitudini înţelegătoare în ceea ce priveşte deosebirile culturale. Aceasta este drumul spre succes şi productivitate, cât şi al fericirii, pentru o persoană din conducere şi familia sa, care trăiesc în străinătate, sau pentru membrii corpului executiv care călătoresc foarte mult în străinătate.

O dată ce o persoană din conducere îşi dă seama că ceea ce el consideră culmea politeţei poate fi considerat culmea grosolăniei într-o altă ţară, va înţelege importanţa unei pregătiri înainte de a lua contact cu cetăţenii ei. Trebuie să înveţe să pună întrebări şi să obţină informaţii folositoare despre oameni şi nu să-şi concentreze atenţia numai asupra vitezei cu care circulă hârtiile financiare.

In primul rând este de mare importanţă să-ţi aminteşti că oricât de receptiv ar fi un membru al conducerii, dacă nu poate vorbi cu o anumită uşurinţă limba ţării gazdă, nu se va simţi niciodată în apele lui.

Noi, americanii, avem probleme nu numai cu limbile străine, dar chiar şi cu propria noastră limbă. Trebuie să avem grijă mereu ce spunem, într-o altă ţară, pentru că făcând greşeala de a continua la nesfârşit o discuţie ironică, pe care noi o considerăm plină de umor, s-ar putea, de fapt, să ne insultăm gazdele. Am văzut un reprezentant al oficialităţilor greceşti ridicându-se şi ieşind din sala de conferinţe când un tânăr director care încerca să fie plin de umor i-a zis „ştiţi unde se află toţi grecii din Statele Unite, nu-i aşa? Sunt chiar aici în New York, fac sandvişuri la delicatese". Într-o sufragerie din Stockholm am asistat, de asemenea, la atitudinea reprobabilă a unui director american, adoptată după două martini şi un şnaps. Mai întâi s-a adresat distinsei noastre gazde mai în vârstă: „Pariez că voi, suedezii, sunteţi mândri de faptul că aţi adus lumii dragostea liberă, nu-i aşa? Vreau să spun că libertatea sexuală a început aici, nu-i aşa?" Iar în continuare remarca: „socialismul păduchios din ţara voastră". (Chiar dacă cineva din cameră ar fi fost de acord cu el din punct de vedere politic, el nu avea nici un drept să facă asemenea afirmaţii.) Apoi a început să atace Suedia pentru faptul că a rămas neutră în cel de-al II-lea război mondial şi a terminat prin a rosti insulte la adresa gazdei. În aceste împrejurări, eu şi încă un american, deşi nu-l cunoşteam prea bine pe compatriotul beat, ne-am ridicat de la masă, i-am impus tăcerea şi l-am dus în camera sa de la hotel. Gazdele noastre suedeze şi ceilalţi musafiri ne-au fost recunoscători. Acel director şi compania lui nu s-au mai bucurat niciodată de o bună reputaţie la Stockholm, pentru că despre întâmplarea din seara respectivă s-a aflat foarte repede.

Pregătirea pentru a lucra în străinătate

Instruire pe plan cultural

Există posibilitatea ca persoanele din corpul executiv, directori, personal tehnic şi familiile lor care doresc să-şi completeze propriile programe de studiu despre o ţară străină în care vor fi trimise, să fie ajutate. Din ce în ce mai multe companii îşi trimit personalul din executiv, care urmează să trăiască şi să muncească în străinătate, la unul din excelentele centre de instruire culturală, ca de exemplu: Consiliului de Afaceri al Institutului pentru Înţelegere Internaţională (BCIU) din Washington, Districtul Columbia; Universitatea americană din Washington, Districtul Columbia; Cursul „Omul cheie" la şcoala Thunderbird din Phoenix, Arizona şi Institutul Monterey pentru Studii Internaţionale din Monterey, California.

Studiourile cinematografice Copeland Griggs din San Francisco pun în vânzare o serie de filme de instruire în afacerile internaţionale. Diferiţi actori interpretează roluri reprezentând americani din lumea afacerilor, puşi în situaţii stânjenitoare sau care îşi insultă colegii străini. Este vorba de o serie de filme recomandate persoanelor lipsite de experienţă, implicate în afaceri internaţionale.

Programele fundamentale de instruire culturală includ discuţii pe teme de istorie, valori, vamă şi etica muncii în ţările străine. În ceea ce priveşte costul acestora, un program de 3 zile la BCIU costă 4 000 dolari de familie, iar un curs de 14 zile - 8 000 dolari de familie. Pentru o singură persoană (ca de exemplu un director necăsătorit) compania sa plăteşte 250 dolari pe zi. Totuşi, aceste cursuri nu sunt scumpe comparativ cu riscul unui eşec în străinătate. Aşa cum explică Gary Lloyd, directorul institutului BCIU: „Poate costa între 47 500 şi 355 000 dolari să aduci un director sau un tehnician cu familia lui sau a ei înapoi în Statele Unite. Dacă o companie îşi poate reduce riscul eşecului angajaţilor ineficienţi, numai cu un procent, aceasta ar fi suficient să acopere costul cursului de instruire al întregului personal înainte de a merge în străinătate".

De vreme ce o persoană neinstruită poate, doar în zece zile, să distrugă orice relaţie bună de afaceri, stabilită anterior între cele două ţări, e cazul ca fiecare companie să aibă serios în vedere necesitatea instruirii pe plan cultural a persoanelor din executivul ei, chiar dacă aceştia nu vor trăi propriu-zis într-o ţară străină, ci vor călători doar în mod frecvent. Institutul BCIU furnizează şi programe de o zi pentru acasă, destinate companiilor de pe întreg cuprinsul Statelor Unite şi din străinătate.

Dacă întreaga familie se mută în străinătate, institutul BCIU dispune de programe speciale pentru partenerul de viaţă al directorului şi copiii acestuia. Categoric, pregătirea acestora nu trebuie neglijată. Trebuie să li se explice şi să fie instruiţi pentru noile roluri pe care le vor avea ca reprezentanţi ai ţării lor (fie că le place sau nu acest lucru). Trebuie învăţăţi cum să facă faţă diferenţelor culturale dintre cele două ţări. Este dificil, în special pentru adolescenţi, să-şi părăsească prietenii şi stilul lor de viaţă american. De aceea programele de instruire sunt atât de importante pentru întreaga familie şi nu numai pentru persoana implicată în afaceri.

Informaţii primite de la o persoană întoarsă recent din străinătate şi alte surse de informaţii

O sursă majoră de informare pentru persoanele din executiv şi familiile lor, care pleacă în străinătate, poate fi un american făcând parte din corpul executiv şi familia sa, care s-au întors de curând acasă. Fiecare membru din familia unei persoane de conducere, care va trebui să se acomodeze noilor condiţii de viaţă într-o altă ţară, poate beneficia de sfaturi valoroase din partea celor care au trecut deja prin asta.

Dacă eşti numit în altă ţară, profită de orice posibilitate care ţi se oferă pentru a discuta cu oameni inteligenţi din ţara respectivă. Este un bun prilej de a aduna informaţii; este folositor să spicuieşti chiar şi micile „perle" auzite la o întâlnire mondenă.

De exemplu, la un prânz oferit de secretarul de stat George Shultz în onoarea preşedintelui Franţei, Mitterand, l-am întrebat pe unul din comeseni, un om de afaceri cu funcţii superioare, francez, care locuieşte la Paris, ce l-a deranjat cel mai mult în afacerile încheiate cu americani, la el în ţară. A răspuns fără să ezite: „Tratarea afacerilor la micul dejun!". S-a înfiorat. „În Franţa ne place ca dimineaţa să luăm micul dejun şi să ne citim ziarul în linişte. Voi, americanii, cu nesfârşitele voastre întruniri de la ora micului dejun, ne omorîţi!".

„Asta înseamnă, am întrebat eu, că în Franţa nu trebuie discutate afaceri la prânz sau la cină, înainte de a mânca?"

„*Pas du tout,* a replicat el. După ora 10,00 dimineaţa, omul este perfect capabil să mănânce şi să discute afaceri în acelaşi timp. Dar dimineaţa, *la ora micului dejun,* niciodată."

Am pus aceeaşi întrebare unui industriaş italian, vara trecută, când mă aflam la Roma cu treburi, şi anume ce l-a deranjat cel mai mult în tratarea afacerilor cu americani. „Prelungirea cocteilului dinainte de cină", a replicat el. „Mi-am întâlnit nişte prieteni americani într-un restaurant şi au tot comandat băuturi înainte ca noi să putem comanda mâncarea. Ne-a epuizat pe toţi. O singură băutură înainte de cină e suficient; altfel nimeni nu poate purta discuţii coerente."

Un străin este impresionat de dorinţa unui american de a-i cunoaşte ţara şi a se adapta culturii locale. În general, străinul se dă peste cap ca să facă şederea americanului în ţara sa cât mai uşoară, inclusiv facilitarea unor relaţii personale, un fel de premiu pentru munca depusă de american.

Dacă vorbeşti cu un membru al unui consulat străin, care a venit recent din ţara lui, faci o impresie plăcută când pui întrebări despre viaţa din ţara respectivă. Vei putea afla titlurile cărţilor bune şi numele editorilor care le-au publicat de curând. Compartimentul de industrie şi schimb de mărfuri din Departamentul de comerţ din Washington, Districtul Columbia, este o excelentă sursă de informaţii privind ţara în care urmează să trăieşti sau pe care o vei vizita frecvent. Departamentul de comerţ va trimite materialul celor care-l solicită numit „Note de fond" (care este de fapt pregătit de Departamentul de Stat). Acest material ajută la înţelegerea poporului ţării respective, a guvernului, istoriei, economiei şi geografiei ei. O dată cu acest material se distribuie şi broşuri care informează asupra tendinţelor economice din întreaga lume („FETs").

Dacă urmează să trăieşti în străinătate, poţi găsi interesantă lectura raportului Departamentului de Stat asupra acelei ţări, chiar dacă are în vedere serviciul personalului străin şi nu oamenii de afaceri.

Ce trebuie să ştii înainte de a pleca într-o călătorie de afaceri în străinătate

Înainte de a pleca într-o călătorie de afaceri în străinătate trebuie:

- să înveţi câteva fraze cheie în limba ţării respective, incluzând „Bună dimineaţa", „Bună seara", „Mulţumesc", „Sunt încântat să vă cunosc" şi „Scuzaţi-mă".
- să devii familiar cu ţinuta proprie ţării respective, astfel încât să împachetezi hainele cuvenite.
- familiarizează-te cu orice tabuuri importante.
- străduieşte-te să cunoşti datele de bază privind ţara respectivă, cum ar fi: cine este în fruntea statului, numele partidului politic pe care îl reprezintă acea persoană şi numele ambasadorului ţării tale din acea ţară.
- să ştii să saluţi corect pe cineva, fie să-i strângi mâna spunându-ţi imediat numele şi dându-ţi cartea de vizită, fie folosind protocolul utilizat în acea ţară.
- să ştii ce fel de cadou este potrivit să dai, cui şi când. De exemplu, trebuie să aduci sau să trimiţi flori gazdei care te-a invitat la cină. Ce fel de flori? (vezi „Oferirea cadourilor în relaţii internaţionale", la sfârşitul acestui capitol).
- să înveţi să fii punctual la întâlnirile de afaceri şi angajamentele sociale. Cum este mai bine: să soseşti la timp, să întârzii puţin sau foarte mult? Dacă eşti oaspetele de onoare la cină, trebuie să pleci primul şi, dacă nu, cine trebuie să plece primul? La ce oră trebuie să pleci?
- să cunoşti denumirea corectă a ţării străine în care te afli.
- să cunoşti numele ziarelor şi revistelor importante şi orientarea lor politică.

Ce trebuie să ştii înainte de a pleca să trăieşti şi să munceşti într-o altă ţară

Tot ceea ce am menţionat mai înainte şi în plus.

- să cunoşti mai mult decât rudimentar limba, astfel încât să poţi spune sau răspunde la întrebări simple şi să citeşti un ziar; (Trebuie să pui pe primul plan buna învăţare a limbii şi să-ţi programezi exersarea ei zilnică chiar şi în orele de serviciu, încă din prima zi.)
- să afli care sunt problemele mari ale ţării respective şi să cauţi să le înţelegi;
- să cunoşti şi să respecţi viaţa culturală a ţării - scriitori, cântăreţi, dansatori, artişti, muzee, orchestre simfonice, companii de operă şi balet, mari universităţi etc.;
- să descoperi cine sunt eroii sportivi şi vedetele de film şi TV;
- să studiezi sistemul unităţilor de măsură folosit în ţara respectivă;
- asigură-te că partenerul de viaţă şi copiii urmează orice fel de curs care-i poate ajuta să se integreze noii culturi. Trebuie să faci orice se poate face pentru uşurarea integrării familiei în noul fel de viaţă dintr-o altă ţară.

Ce să-i dai unui coleg care pleacă în străinătate

Cu toate că pe piaţă există tot felul de cadouri folositoare, pentru a-l ajuta pe un călător să facă faţă cheltuielilor şi necunoaşterii limbii străine, unul dintre cadourile

cele mai potrivite este trusa medicală standard pe care unele companii o furnizează personalului lor de conducere. Este destul de greu să găseşti o farmacie într-un oraş străin; este imposibil să găseşti una deschisă în caz de urgenţă, în mijlocul nopţii, sau la sfârşit de săptămână, ori într-una din sărbătorile naţionale. Trusa medicală a băncii Chase Manhattan pentru cadrele ei de conducere, ca să dau un exemplu, conţine medicamente cum ar fi: aspirină, un inhalant decongestiv, tablete pentru gât, un laxativ uşor, un pansament gastric, bandaj.

Un alt cadou, pentru un prieten care-şi va petrece o bună perioadă de timp în străinătate, dar care ia mult timp pentru a fi pregătit şi necesită investigaţii, poate fi un dosar conţinând informaţii despre ţara respectivă, articole interesante decupate din publicaţii recente, o listă a oficialităţilor guvernamentale importante (furnizate de consulatul ţării respective), o listă cu sărbătorile naţionale, muzeele importante şi instituţiile culturale, echipele sportive, numele şi adresele hotelurilor bune, magazinelor şi frizeriilor principale, numele şi numărul de telefon al medicilor care vorbesc limba engleză (care pot fi furnizate, de asemenea, de consulat sau de ambasada ţării tale din ţara respectivă). Acest gen de informaţii este de nepreţuit pentru un călător.

Importanţa cunoaşterii limbii ţării respective

Nu pot sublinia îndeajuns importanţa cunoaşterii limbii ţării în care vei trăi. Folosind o limbă străină în munca ta, te vei afla în posesia unei calităţi care te va situa în fruntea celorlalţi. Vei traduce scrisori, vei comunica cu vizitatori străini importanţi şi în general vei acoperi o mare nevoie din cadrul companiei tale. Acest lucru te va ajuta să faci o impresie foarte bună. Când eşti într-o ţară străină, oamenii te privesc în mod automat cu căldură, în special dacă descoperă că ai învăţat să vorbeşti limba lor, fie că ai de-a face cu recepţionera hotelului (care de obicei vorbeşte şapte limbi), fie că ai de-a face cu un coleg străin situat de cealaltă parte a biroului. Când cunoşti limba celeilalte persoane, poţi sesiza nuanţele comportamentului său (un lucru foarte important în încheierea de afaceri); de asemenea, te poţi bucura de spectacolele de teatru, filme, cărţi, ziare şi chiar de emisiunile de la televizor. Vei fi la curent cu bârfa locală; vei putea participa la conversaţii aprinse în loc să rămâi un spectator tăcut. Vei putea să te tocmeşti în magazine, să recunoşti prejudecăţi politice şi să devii tu însuţi o persoană fascinantă.

Altcineva se poate pricepe mai bine decât tine la computere, dar dacă tu ştii o limbă străină şi el nu, cunoştinţele lui despre computere nu-l vor ajuta în străinătate când rămâne cu maşina în pană, când îşi pierde paşaportul sau când trebuie să găsească de urgenţă un cabinet stomatologic. El va avea nevoie de tine în acel moment.

Unul din secretele învăţării unei limbi străine este să ai putere să râzi de propriile tale greşeli. Sute de americani au refuzat o a doua porţie în timpul unui dejun, în Franţa, spunând: „Non, merci, je suis pleine", crezând că asta înseamnă „sunt sătul", dar de fapt în franceză aceasta înseamnă „sunt însărcinată". Dacă o americancă dacă spune „Je suis pleine" (sunt însărcinată) este de iertat, pe când o corporaţie care face greşeli majore în traducerea de reclame nu prea poate fi iertată. Corporaţia General Motors a tradus foarte neinspirat marca fabricii „Corpul peştelui"; în Belgia, echivalentul flamand al acestei expresii este „Cadavrul peştelui" (ceea ce este evident că nu poate fi o bună reclamă pentru vânzarea unei maşini!).

Bineînţeles, este imposibil ca persoanele din corpul executiv, care călătoresc frecvent în diferite ţări, să stăpânească la perfecţie toate limbile respective. Câteodată un om de afaceri american are un complex de inferioritate datorită necunoaşterii unei limbi străine. Un asemenea complex este nejustificat atât timp cât el are un interpret competent, care lucrează cu el tot timpul, şi scrisorile sau comunicările scrise sunt corect traduse.

Când este esenţială o traducere

Competenţa şi bunăvoinţa merg mână în mână în tratarea afacerilor cu oamenii din altă ţară. Ceea ce este mai eficient este, de obicei, şi foarte politicos:

- Cartea ta de vizită ca om de afaceri trebuie să fie tipărită pe o parte în limba engleză, iar pe cealaltă în limba ţării gazdă. Această carte de vizită trebuie oferită cu partea scrisă în limba ţării respective.
- Primele tale scrisori adresate ţării gazdă sunt mult mai eficiente dacă sunt scrise în limba ţării gazdă, în special dacă destinatarul nu are decât puţine noţiuni de limbă engleză. Este mult mai bine să ai un traducător excelent în care ai deplină încredere, decât să-l faci pe destinatarul scrisorii tale să-şi găsească propriul traducător - unul care ar putea să nu-ţi traducă corect gândurile şi, din această cauză, să dăuneze afacerii.
- Din aceleaşi motive, materialul ajutător, texte sau desene şi scheme, pe care-l iei cu tine într-o ţară străină, trebuie să fie în limba ţării respective.
- Nu corecta engleza unui străin dacă el sau ea nu te roagă special să o faci şi după aceea, când toţi sunt obosiţi după atâtea corectări, lasă persoana respectivă să vorbească fără să o întrerupi.

Acum câţiva ani, absolvenţii Institutului de studii bilingve al Universităţii Texas de Est, dându-şi seama de stările psihice tensionate pe care le au oamenii incapabili să se exprime în limba ţării cu care fac afaceri, au elaborat un ghid pentru americanii nevoiţi să folosească o limbă străină. Parafrazăm în continuare indicaţiile ghidului:

- Când cunoşti limba unui străin nevorbitor de engleză care te vizitează, prezintă-i colegii tăi americani şi pe ceilalţi oaspeţi, vorbindu-i în limba lui. Explică-i ce muncă fac şi care sunt obiectivele lor. Aceasta va însemna foarte mult pentru oaspetele tău.
- Asigură-te că interpretul pe care-l ai pentru şedinţe înţelege scopul şi natura afacerilor tale. Interpretul trebuie familiarizat cu jargonul folosit. Câteodată pot fi folosiţi ca interpreţi studenţii străini din şcolile de business.
- Dacă tu însuţi faci o călătorie importantă, într-o altă ţară, roagă un coleg de afaceri din acea ţară să angajeze un bun interpret pentru tine.
- Dacă eşti gazda unor oaspeţi străini, furnizează un program bilingv sau o agendă pentru cei care nu vorbesc limba engleză.
- Dacă nu este prezent acolo nici un interpret şi invitatul străin nu vorbeşte chiar fluent engleza, opreşte-te cât se poate de des pentru a face un sumar scurt în limba engleză, clar şi vorbind rar, despre ceea ce s-a întâmplat.
- Nu spune niciodată poveşti deocheate sau anecdote indecente (chiar şi acelea pe care aproape toţi americanii le consideră amuzante) şi nu folosi niciodată un limbaj trivial în faţa cuiva care nu-ţi înţelege limba sau care, dacă o înţelege, poate găsi ofensator ceea ce spui.

Tratarea cu consideraţie a unui interpret

Dacă doi oameni care au nevoie de interpret nu sunt de înalt rang oficial, interpretul trebuie să stea la masă între ei şi să fie tratat cu tot atâta curtoazie ca oricare alt oaspete. El sau ea trebuie instruit să stea la masă într-un mod nesupărător şi să se aplece spre fiecare din persoanele respective când le şopteşte ceva la ureche. Cei doi protagonişti trebuie să se poată vedea bine şi să comunice prin limbajul gesturilor, chiar dacă interpretul se află între ei.

În cariera mea am asistat la multe atitudini indiferente faţă de interpreţi. Am văzut interpreţi petrecându-şi o seară întreagă muncind, dărâmaţi de atâtea ore de concentrare, fără să li se fi oferit vreo băutură sau ceva de mâncare. Pe de altă parte, am văzut şi interpreţi care nu cunoşteau codul vestimentaţiei, având o ţinută total necorespunzătoare. Dacă invitaţii tăi au un mod oficial de a se îmbrăca, spune-le interpreţilor să vină cu haină şi cravată sau femeile să poarte rochii şi nu pantaloni. Dacă este un eveniment de ţinută mai sobră, instruieşte-i să vină în haine de seară.

Dacă este un eveniment la nivel înalt, cum ar fi o cină între conducători de corporaţii importante sau una care include oficialităţi de rang înalt şi diplomaţi, interpretul trebuie să stea pe un scaun mic, plasat între cei doi protagonişti importanţi, dar o idee mai în spatele lor, astfel încât în timp ce traduce, cei doi să rămână aproape unul de celălalt. În acest caz interpretul nu serveşte masa, ci rămâne să traducă ce se vorbeşte. (Asigură-te că interpretului i s-a servit o masă înainte sau după ce şi-a îndeplinit munca.)

Cum faci faţă cu tact întrebărilor dure

O persoană de conducere, înţeleaptă, a spus unor tineri care urmau să plece peste ocean, în Europa: „Ţineţi minte, nu-i criticaţi niciodată pe oamenii din acea ţară în faţă; abţineţi-vă chiar şi de la a face acest lucru în spate. Nu vă gândiţi că noi suntem mai buni sau că ei sunt mai buni, ci doar că suntem diferiţi unii de alţii".

Este adevărat că, cu cât cunoşti mai bine limba şi stilul de viaţă ale ţării gazdă, cu atât eşti mai expus întrebărilor dure despre politica dusă de ţara ta şi despre propriile tale păreri în problemele controversate. Nu numai personalul ambasadei Statelor Unite trebuie să fie capabil să răspundă acestor întrebări, ci şi ceilalţi americani şi familiile lor care fac parte dintr-o comunitate de afaceri sunt supuşi exact aceloraşi rigori ca şi diplomaţii americani din ţara respectivă.

Dacă eşti un democrat într-o administraţie republicană sau viceversa, învaţă să-ţi temperezi atacurile la adresa partidului aflat la putere în propria ta ţară de faţă cu prieteni străini. Dacă îţi controlezi emoţiile şi aduci critici calme şi cinstite, toată lumea se va simţi confortabil. Dacă explodezi cu mânie la adresa preşedintelui ţării tale şi aduci acuzaţii exagerate îi poţi face pe cei de lângă tine să nu se simtă în largul lor şi să se întristeze în legătură cu ceea ce se întâmplă în ţara ta.

Trebuie să fii atent la acuzaţiile pe care le faci în legătură cu partidul care este la putere în ţara în care ocupi un post. Remarcile negative la adresa şefului de stat al ţării respective îi pot jigni pe cetăţenii acelei ţări. Outsiderii care critică regimul sunt deseori luaţi în nume de rău şi nu prezintă încredere. Îi poţi face pe alţii să fie împotriva ta şi a companiei datorită atacurilor la adresa guvernului ţării lor, chiar dacă lor personal nu le place acel guvern. Cel mai rău lucru este faptul că remarcile tale negative pot crea neplăceri prietenilor tăi străini. Când o discuţie politică devine

necontrolabilă şi aprinsă, cel mai înţelept lucru este să încerci să schimbi subiectul sau dacă eşuezi în această încercare, să te retragi discret din grup.

Dacă Statele Unite sunt atacate puternic de cetăţenii ţării gazdă, în prezenţa ta, ţine-le piept cu calm şi fermitate, punând la punct orice inexactitate sau falsitate care se vehiculează. Dacă retorica devine prea aprinsă, probabil că nu mai rămâne altceva de făcut decât să te retragi discret.

Nu poţi să-ţi aperi ţara foarte bine dacă nu eşti la curent cu ceea ce se întâmplă în interiorul ei, astfel încât trebuie să te informezi tot timpul citind periodice, cărţi, reviste şi ziare despre politica externă şi evenimentele curente. Majoritatea ambasadelor americane au o bibliotecă şi un serviciu de informaţii (numit USIS) unde poţi avea acces la declaraţiile de politică externă americane. Aranjează să ai o copie a ştirilor zilnice ale Departamentului de Stat, material rezumativ de rutină, dat ziariştilor locali, pe care să-l iei sau să-ţi fie transmis prin poştă, astfel încât să poţi apăra cu inteligenţă politica externă a ţării.

Un american în străinătate, chiar dacă nu este de acord cu politica externă a ţării sale, trebuie să o cunoască.

Charles T. Vetter, junior, a scris o carte deosebit de utilă, intitulată *„Cetăţeni ambasadori - Ghid pentru a şti să răspunzi la întrebările despre America"* (publicată de Centrul Internaţional David M. Kennedy pentru Brigham Young University, Provo, Utah 84602). Vetter a scris această carte în vederea pregătirii americanilor pentru viaţa de afaceri şi academică în străinătate şi pentru a-i ajuta să răspundă la întrebări dure despre acţiunile sau politica Statelor Unite, multe din aceste întrebări fiind puse de presa străină într-o manieră negativă. „ Femeia americană emancipată" este, de exemplu, un subiect de ridiculizare din partea multor europeni şi asiatici. Omul de afaceri care călătoreşte trebuie să fie pregătit să facă faţă unor întrebări cum ar fi: „Este adevărat că soţia americană îşi conduce bărbatul iar copiii îşi conduc mama?" sau „Este adevărat că multe din divorţuri, delincvenţele juvenile şi cazurile de şomaj se datorează femeilor care muncesc?".

Mulţi străini atacă atitudinea Statelor Unite faţă de drepturile omului ca fiind ipocrită, având în vedere „discriminarea americanilor negri şi a altor minorităţi". În multe ţări se crede că în Statele Unite o persoană nu se poate duce oriunde vrea fără să fie bruscată. Dacă un om de afaceri este pregătit pentru asemenea întrebări, va fi capabil să poarte discuţii într-un mod competent şi să pună la punct orice exagerare. Este o artă să ştii să discuţi eficient despre politica externă americană, şi nu să porţi o asemenea discuţie ca un amator sau necunoscător.

Deosebirile culturale şi de comportament în afaceri se intercondiţionează

Noi, americanii, asemenea oamenilor din unele ţări mediteraneene, din America de Sud şi Filipine, suntem tentaţi să atingem persoanele de care suntem ataşaţi - chiar să-i sărutăm sau să-i îmbrăţişăm, să-i luăm de braţ sau de după umeri. În multe alte ţări un asemenea familiarism este foarte nepotrivit, în special printre oamenii de afaceri. Noi, americanii, suntem de asemenea înclinaţi să criticăm deschis când ceva nu merge bine în relaţiile de afaceri. În multe alte ţări, amândouă părţile trebuie să se angajeze într-un lung şi complex proces de menţinere în termeni buni a relaţiei respective, înainte de a putea fi vorba de critică. În America Latină, oamenii de afaceri spun deseori un „nu" prin care ei înţeleg un „probabil" sau „o să mai vorbim despre asta". În Spania, majoritatea persoanelor din conducere sunt indiferente faţă

de ora la care ajung la întâlniri, pe când în Japonia sunt extrem de punctuale, sosind chiar înaintea orei stabilite.

Noi, americanii, avem tendinţa să privim pierderea de timp ca pe ceva înrudit cu ciuma. Ne aruncăm în discutarea afacerilor imediat, apoi insistăm pe decizii rapide. Această metodă este total străină unor oameni cum ar fi arabii, de exemplu. Ei nu se vor adapta metodei noastre; noi suntem aceia care trebuie să ne schimbăm şi să ne adaptăm obiceiurilor lor, când suntem la ei în ţară.

Noi avem tendinţa să luăm hotărîri pe loc şi să abordăm afacerile aproape imediat, cu cineva pe care nu-l cunoaştem cu adevărat, dar despre care am auzit lucruri bune. Multe alte naţiuni merg încet, insistând asupra cunoaşterii temeinice a persoanei cu care fac afaceri, pe lângă cercetarea reputaţiei sale. Acordă-i suficient timp partenerului de afaceri străin să te observe, să te aprecieze şi să încerce să-ţi înţeleagă stilul de muncă. Lasă-l pe el să dea semnalul când consideră că este timpul începerii negocierilor serioase. Americanii au nevoie să înveţe răbdarea de la locuitorii vechiului Orient Mijlociu şi Îndepărtat.

Relaţiile cu colegii şi subordonaţii din cadrul biroului, în străinătate, constituie un punct nevralgic destul de delicat. De exemplu, în Sydney - (Australia) - directorii îi tratează pe muncitori ca pe egalii lor. Când călătoreşte cu un taxi, directorul se aşază pe locul din faţă, lângă şofer, ca să pară mai democratic. Într-o ţară ca Spania, concepţia este exact opusă, după cum a constatat o corporaţie americană - când membrii din conducerea superioară şi-au pus şorţuri şi bonete de bucătari şefi (înalte şi albe) spre a-i servi pe angajaţi cu crenvurşti la un picnic „cu adevărat american" al companiei. Angajaţii spanioli au fost îngrozitor de stânjeniţi de această „comportare" a şefului şi a preşedintelui lor.

Un american care face parte din corpul executiv al unei companii trebuie să înveţe corect protocolul care se aplică atunci când întâlneşte străini, fie în Statele Unite, fie în propriile lor ţări, precum şi cum să-i prezinte corect colegilor lui. În general, prima impresie este cea care rămâne. Un american trebuie să înveţe modul de a saluta din ţara străină, chiar dacă acesta constă în scuturarea mâinii în sus şi-n jos, ca în Germania, într-o înclinare înainte, ca în Japonia, sau salutul practicat prin împreunarea mâinilor ca pentru rugăciune, ca în India. Dacă un inginer german este obişnuit să i te adresezi ataşând titlul său de afaceri numelui, americanul aflat în Germania trebuie să respecte acest obicei. Dacă un italian, care a absolvit colegiul, este obişnuit să i se spună „dottore" în Italia, atunci americanul trebuie să i se adreseze colegului cu acest titlu împreună cu numele de familie. Chiar dacă un nobil francez nu-şi foloseşte titlul de noblеţe de "comte" (conte) în Statele Unite, americanul trebuie să fie îndeajuns de abil, folosindu-i titlul de noblеţe când se întâlneşte cu persoana respectivă în Franţa (vezi şi capitolul 10 - „Forme corecte de adresare"). Aceste lucruri par mărunte, dar ele demonstrează unui cetăţean străin cât este sau nu de rafinat, informat şi politicos un om de afaceri american.

O privire asupra câtorva indicaţii comportamentale

China

Înainte de a pleca în China lasă-ţi acasă îmbrăcămintea foarte colorată. Îmbracă-te sobru; vei fi şi aşa îndeajuns de remarcat datorită faptului că eşti occidental. Nu îmbrăţişa, săruta sau mângâia un chinez. Nu le plac contactele fizice

cu străinii. Grupul vostru să fie rezervat, pentru că un comportament zgomotos şi nedisciplinat îi pare ofensator unui chinez.

În China se spune întâi numele de familie. Aşa că Wang Fuming va fi cunoscut ca domnul Wang. Trebuie să fii pregătit să faci schimb de cărţi de vizită destul de devreme în timpul întâlnirii. Va fi inteligent din partea ta să ai traducerea în chineză, pe partea cealaltă a cărţii de vizită de afacere).

Dacă în călătoriile tale oamenii de pe stradă te aplaudă, zâmbeşte-le şi aplaudă-i şi tu. (Vei primi o mulţime de zâmbete călduroase oriunde te-ai duce.) Gazda ta de afaceri sau organizaţia care sponsorizează călătoria îţi va oferi, fără îndoială, un banchet. Fii punctual, dar pleacă destul de repede după terminarea mesei. (Tu fiind oaspetele de onoare, nimeni nu poate pleca înaintea ta.) Gazda îţi va închina probabil un toast pe la începutul mesei. Aşteaptă câteva momente şi apoi ţine şi tu un toast în cinstea ei. Gazda s-ar putea ridica de pe scaun, venind cu o farfurie să te servească cu ceva. Acest lucru s-ar putea datora faptului că a găsit o bucată mai bună care crede că i se cuvine oaspetelui de onoare şi nu gazdei.

Deoarece acest banchet este un dar în onoarea ta, trebuie să oferi şi tu unul, egal ca valoare cu cel primit de tine. (Există patru clase de banchete.)

Când te întâlneşti cu un chinez pentru o discuţie de afaceri, ţi se va servi, probabil, ceai de mai multe ori în timpul zilei. Aceasta face parte din ritual; şi trebuie să-l accepţi întotdeauna. Învaţă să-ţi placă. De obicei sunt prezenţi şi interpreţi ca să ajute la discuţiile ce se poartă (nu te lansa totuşi imediat în afaceri).

Bacşişul este interzis. Ai grijă să mulţumeşti personal tuturor celor care te-au servit, de la şeful hotelului până la cameristă. Dacă simţi într-adevăr că trebuie să oferi cuiva un cadou, întreabă pe cineva cu autoritate dacă se poate aranja acest lucru şi dacă da, cum să procedezi. (Când faci un cadou, acesta trebuie oferit unei organizaţii şi nu unei persoane.) După ce te întorci acasă trebuie să scrii o scrisoare de apreciere directorului hotelului şi s-o traduci în limba chineză înainte de a i-o trimite. Dacă faci asta, nici el şi nici personalul nu te vor uita niciodată.

Grecia

Nu arăta niciodată prin semne că totul este O.K. (degetul mare şi arătătorul se ating formând un cerc). În Grecia acesta este un semn obscen. Nu încerca să fii mai grec decât grecii şi nu da cu vasele de pământ în timpul faimoaselor dansuri înfierbântate ale lor. Lasă aceasta pe seama experţilor care ştiu când e momentul potrivi,t îl cunosc pe proprietarul localului şi cunosc valoarea vaselor care trebuie plătite.

Olanda

Dacă un coleg de afaceri din Olanda îţi oferă o băutură în timpul discuţiei de afaceri, în orice moment al zilei, primeşte-o. Poţi oricând să te prefaci că o bei; la olandezi, a oferi şi a primi o băutură este o parte esenţială a ospitalităţii lor în afaceri.

Ţările de dincolo de fosta cortină de fier

Pe oamenii din aceste ţări îi vei impresiona profund dacă le vei cunoaşte istoria naţională şi dacă vei fi familiarizat cu importante lucrări de artă, muzee şi palate, echipele de fotbal şi de hochei pe gheaţă câştigătoare şi vedetele lor de cinema.

Israel

Israelul ţine cu stricteţe postul sabbathului (de vineri de la apusul soarelui şi până sâmbătă). Nu fuma de sabbath decât dacă eşti acasă la cineva şi gazdele tale fumează, nu cere unt, pâine sau lapte pentru cafea dacă iei masa într-un restaurant cuşer evreiesc. În Israel, regulile dietei sunt urmate în mod riguros (regulile *Kashruth* interzic combinarea cărnii cu produsele lactate).

Japonia

Cu toate că este imposibil să întocmeşti o listă cu tot ce poţi sau nu să faci, în fiecare ţară în parte, merită să fie făcută o scurtă trecere în revistă a obiceiurilor acestei ţări, deoarece americanii fac deosebit de multe afaceri cu japonezii.

Japonia este un exemplu excelent de ţară ale cărei obiceiuri sunt total diferite de ale noastre, ai cărei oameni sunt foarte manieraţi şi care apreciază eforturile oamenilor de afaceri americani de a înţelege cultura ţării lor.

Ţara lor are ritualuri structurale complicate, care s-au dezvoltat de-a lungul secolelor. Oamenii se comportă în conformitate cu un cod al manierelor elegante care se bazează pe o îndelungată tradiţie.

Tot ce face un japonez, inclusiv felul în care salută oamenii, se distrează, oferă cărţi de vizită de afaceri, intră într-o cameră, face schimburi de cadouri şi îşi bea ceaiul, este în acord cu nişte reguli prescrise. Americanii ar face bine să încerce să egaleze obiceiul japonez, împământenit, de a spune întotdeauna „mulţumesc", pentru o favoare sau un dar; o confirmare poate fi făcută printr-un telefon dat imediat sau prin scrierea unei scrisori, incluzând deseori şi o vizită personală.

Ar fi înţelept să faci ce fac japonezii şi să ai cartea de vizită de afaceri tipărită pe o parte în engleză, iar pe cealaltă în japoneză. Să ai întotdeauna la tine o cantitate suficientă de cărţi de vizită de afaceri pentru că vei fi nevoit să le schimbi permanent. (Dacă ai o întâlnire cu 20 de oameni, toţi cei 20 îţi pot oferi cărţile lor de vizită, aşteaptând ca şi tu să faci acelaşi lucru.) Dacă eşti cu un grup de japonezi care îţi sunt inferiori ca rang, s-ar putea să aştepte timizi ca să le oferi tu primul cartea ta de vizită.

Excesul de familiaritate

Japonezii reacţionează puternic negativ faţă de oamenii zgomotoşi, care poartă haine extravagante şi sunt extrem de familiari. Nu trebuie să săruţi sau să îmbrăţişezi un japonez când faci cunoştinţă cu el. Bineînţeles, japonezii tineri sunt mai puţin formalişti, poţi observa uneori că se ating cu mâna pe spate.

Deoarece bacşişul produce nemulţumire, dă bani numai persoanei care te serveşte bine în particular, cum ar fi femeia de serviciu care munceşte suplimentar pentru tine, şi pune-i într-un plic, astfel încât să nu o faci să se simtă înjosită de primirea deschisă a banilor. Vei vedea că japonezii se opresc din drum ca să te ajute când ai nevoie de vreo informaţie în ţara lor. Te vor ajuta cu orice, de la a-ţi căra bagajul greu până la a-ţi căuta o lentilă de contact pierdută; dacă vrei să le dai

bacşiş pentru un asemenea gest de ospitalitate înseamnă că-i ofensezi cu adevărat. Într-un han japonez (tocmai invers ca într-un hotel) femeia de serviciu care-ţi serveşte ceaiul se aşteaptă să-i dai un bacşiş, împachetat în hârtie, când te conduce până la camera pe care ai închiriat-o.

Plecăciunea de salut
sau de despărţire

Japonezii au obiceiul de a da mâna cu străinii, dar ei trăiesc într-o societate a reverenţei, care se bazează pe importanţa acordată individului în faţa căruia este făcută. E greu pentru un vestic să pătrundă toate nuanţele subtilităţii reverenţei, dar dacă reuşeşte să şi le însuşească, va fi foarte apreciat de cei din jur. Trebuie cel puţin să ţii cont de anumite reguli ale artei salutului.

Un japonez face o reverenţă adâncă în faţa unui individ important, una mai puţin adâncă în faţa unui coleg sau a unei persoane mai puţin importante. Pentru o reverenţă respectuoasă, japonezul se apleacă în faţă într-un unghi de 30°, ţinând mâinile cu palmele în jos de o parte şi de alta a corpului sau în faţa pulpelor până aproape de genunchi. După o scurtă pauză, îşi ridică capul. Este un act care se face în tăcere şi într-un respect desăvârşit. Ca vestic ar trebui să înveţi să faci măcar o reverenţă uşoară (la 15°), ţinându-ţi mâinile împreunate la spate. Numără până la trei înainte de a termina reverenţa.

O persoană cu grad mai mic se opreşte şi face o reverenţă în faţa unui superior. Dacă te întâlneşti, de exemplu, pe stradă, cu o persoană de rang superior şi se întâmplă să ai servieta sau un pachet într-o mână, trebuie să faci o reverenţă uşoară, ducând mâna liberă pe o latură. Vei descoperi că un japonez de rang inferior îţi face o reverenţă adâncă la începutul zilei de afaceri, apoi, de fiecare dată când te va întâlni în ziua respectivă, va face o reverenţă uşoară. (Poate deveni amuzant atunci când o persoană de rang inferior, care face o reverenţă în faţa unui superior ridicând capul, descoperă că superiorul este încă aplecat; atunci acesta trebuie să se aplece din nou şi să se asigure că superiorul a ridicat capul înainte de a-şi încheia reverenţa.) O persoană de rang inferior va aştepta, de asemenea, în stânga ta atunci când vii după el într-un hol îngust; când vă apropiaţi de o scară, el va aştepta întotdeauna ca tu să-l precezi. Chiar dacă eşti o persoană fără rang superior, dar eşti oaspete străin, ţi se dă prioritate, astfel încât dacă cineva îţi face semn să intri într-o cameră înaintea celorlalţi, chiar dacă printre ei se află şi un japonez de rang superior în vârstă, profită de onoarea acordată şi intră repede în cameră.

Scoaterea pantofilor

Dacă eşti dus la un altar sfânt sau în casa cuiva (mai rar în cea de-a doua situaţie), se aşteaptă să-ţi scoţi pantofii. Ţi se pot da sau nu papuci. La altar imită-ţi gazda japoneză. Ţi se poate da apă să-ţi speli mâinile. Dacă gazda merge şi face o plecăciune în faţa altarului, trebuie să faci şi tu la fel.

Când vizitezi o casă japoneză, scoate-ţi pantofii imediat ce intri pe uşă şi pune-i frumos în faţa ei (este un obicei japonez care face ca plecarea invitatului să fie mai rapidă). Dacă ţi se dau papuci, la plecare pune-i unul lângă altul pe podea, cu vârfurile îndreptate, de data aceasta, spre interiorul casei, pentru a fi pregătiţi să fie încălţaţi de oaspetele următor. Japonezii îşi scot pantofii de dragul curăţeniei, dar şi ca să protejeze rogojinile tatami de pe jos.

Când vizitezi un japonez la el acasă

Dacă încerci să faci cum fac japonezii şi să stai în genunchi pe takami, este mai uşor să o faci dacă stai cu vârfurile picioarelor unul sub altul. Femeile trebuie să-şi ţină genunchii apropiaţi; un bărbat îşi ţine genunchii la 8 cm depărtare unul de celălalt. Bărbatul îşi ţine mâinile pe pulpe, în timp ce femeia le ţine uşor împreunate în faţă.

Dacă găsiţi că este greu de făcut aceasta, puteţi sta cu genunchii în afară sau cu picioarele îndoite spre spate într-o parte (stilul vestic). Totuşi, dacă intră în cameră oameni mai în vârstă, poziţia este prea degajată, aşa că trebuie să încerci să şezi în stilul japonez atât timp cât aceştia sunt prezenţi în cameră.

Nu încerca să stăpâneşti arta japoneză de lăsare în jos şi de ridicare cu graţie din poziţia îngenunchiată. Totuşi, dacă vei locui mult timp în Japonia, îţi vei face ţara gazdă să fie mândră dacă vei învăţa, într-adevăr, arta de a te mişca în mod graţios. (Dacă ai arteritä, las-o baltă!)

Dacă ţi se dă un prosop umed răsucit, foloseşte-l pentru mâini. Pe vreme călduroasă, gazda va insista să-l foloseşti şi pentru faţă, gât şi braţe. După ce ai folosit prosopul, împacheteazä-l frumos şi pune-l la locul lui.

Dacă eşti oaspete într-o casă japoneză, rămâi acolo între 30 şi 45 minute. Ţi se vor servi, probabil, în timpul vizitei, ceai şi prăjituri. Când pleci, vor insista să mai rămâi, dar spune că „trebuie neapărat să pleci". (Gazdele vor răsufla uşurate.) Ai grijă să-ţi arăţi respectul, în primul rând faţă de persoana cea mai în vârstă şi mai de vază, înainte de a pleca.

În propria ta casă, poţi să-ţi distrezi musafirii în stilul vestic propriu, dar amintindu-ţi întotdeauna, bineînţeles, să-ţi manifeşti profundul respect faţă de cei de rang superior şi faţă de cei în vârstă.

Masa la restaurante

Restaurantele japoneze de lux (sau cele vestice de acelaşi gen) sunt foarte scumpe. Mediul ambiant este luxos, iar mâncarea şi serviciul sunt impecabile; acesta este motivul pentru care majoritatea japonezilor preferă să-şi primească oaspeţii din Vest la restaurant şi nu acasă, unde s-ar putea să nu poată să o facă atât de bine.

Câteodată te poţi găsi în faţa unei *tokonoma* (nişă), care este locul de onoare. Gazda şi soţia sa, contrar obiceiului din Vest, vor sta, amândoi la capătul opus al mesei. (Dacă eşti gazdă, ai grijă să-ţi plasezi oaspetele de onoare în *tokonoma.*)

La o cină de lux ţi se vor servi, probabil, cinci antreuri, orez şi supă, dar să nu crezi că este ceva extraordinar. Cu sute de ani în urmă, la o cină de afaceri se serveau între şapte şi zece antreuri! Doar de puţin timp numărul felurilor de mâncare a fost redus.

Când plăteşti nota la restaurant, nu uita că pentru servicii este inclus 10% şi nu trebuie să mai dai alt bacşiş. Oferirea unui bacşiş pe faţă îl jigneşte pe cel căruia îi este destinat, deci dacă doreşti să-ţi arăţi mulţumirea faţă de personal, pentru serviciul executat în mod deosebit, pune banii într-un plic şi dă-i discret şefului de sală, care îi va împărţi personalului respectiv.

Dacă te opreşti la un restaurant cu mâncare gata preparată, mănânc-o înăuntru şi nu pe stradă. Adulţii „de clasă" nu trebuie să mănânce pe stradă (şi nici în Statele Unite nu fac acest lucru).

Manierele la masă

Un occidental care învaţă să spună câteva cuvinte în japoneză face o bună impresie, cum ar fi *Itadakimasu* („voi începe să mănânc"), pe care le spui făcând o reverenţă uşoară gazdei, şi *Gochisosama* la sfârşitul mesei, care înseamnă „am mâncat bine".

Învaţă să mânuieşti cu uşurinţă beţişoarele. Ar fi jenant pentru gazda ta (şi logic dificil) să facă rost într-un restaurant de cuţit şi furculiţă pentru tine. Să nu laşi niciodată beţele în castron (este la fel de stângaci ca atunci când îţi laşi lingura în farfurie, în Vest) şi să nu laşi niciodată beţişoarele încrucişate. Ele trebuie puse întotdeauna frumos unul lângă altul. (Există, pe masă, lângă tine, un suport unde le poţi aşeza când nu le foloseşti.)

Dacă eşti dreptaci, ţine beţigaşele întotdeauna în mâna dreaptă şi castronul cu mâncare în mâna stângă. Vei vedea că te vei putea descurca perfect dacă vei învăţa să foloseşti aceste accesorii şi să ţii castronul sub bărbie ca să eviţi să te stropeşti. Dacă eşti gazdă, nu uita să torni *sake* întâi pentru oaspetele mai important şi după aceea celorlalţi, înainte de a-ţi umple propria ceaşcă.

Dacă înveţi cum să mânuieşti corect castronul cu orez şi cu supă, stăpâneşti deja îndeajuns de mult eticheta, din timpul mesei, încât să-i impresionezi într-o mare măsură pe japonezi cu sincera ta încercare de a le înţelege cultura.

Pentru că orezul este mâncarea de bază a Japoniei, talentele celui care găteşte se bazează adesea pe abilitatea sa de a-l pregăti bine. Prepararea supei este o mare artă şi dacă un oaspete o laudă, cuvintele lui sunt extrem de bine venite.

Vei găsi castronaşul cu orez în stânga ta (ridică-i capacul cu mâna stângă şi pune-l cu faţa-n sus lângă castron) şi castronul cu supă în dreapta ta (ridică-i capacul cu mâna dreaptă şi pune-l cu faţa în sus lângă castronul cu supă). Când începe servirea mâncării, ţi se va da o tavă pe care să pui castronul cu orez (foloseşte-ţi amândouă mâinile ca să-l aşezi pe tavă). Cel care serveşte ţi-l va umple cu orez, ţi-l va da în mână şi tu trebuie să-l aşezi pe masă în stânga ta. Niciodată să nu începi să mănânci imediat, întâi repune-l pe masă, cu un gest ceremonios. Ia beţişoarele în mâna dreaptă şi castronul în stânga şi serveşte de câteva ori. (Când îl ţii în mână abţine-te să bagi degetul mare înăuntru ca să-l ancorezi.)

După aceea ia castronul de supă cu mâna dreaptă şi pune-l în mâna stângă. Gustă conţinutul, exprimă-ţi aprecierea şi apoi bea puţin din supă. Acum vei începe să alternezi porţioarele de orez, cu sorbirea supei şi gustarea altor feluri, ţinând mereu vasul în mâna stângă în timp ce mănânci. Dacă este o farfurie cu murături lângă tine, lasă-le la urmă, pentru că gustul lor este foarte puternic şi te-ar putea împiedica să savurezi celelalte feluri de mâncare.

După o veche tradiţie, dacă mai doreşti o porţie de orez trebuie să laşi un pic de orez în castron, ceea ce înseamnă că mai vrei. Dacă nu mai vrei, tradiţia spune că nu trebuie să laşi nici un bob de orez în el. Tinerii japonezi nu ţin cont întotdeauna de acest obicei.

Nunta

(*vezi şi* „Idei pentru cadouri" spre sfârşitul capitolului)

Dacă eşti invitat la o nuntă este un semn de onoare. (Ceremonia este numai pentru familie.) Trebuie să trimiţi o scrisoare de felicitare cu cartea de vizită de răspuns. Ca şi în Vest, trebuie să trimiţi un cadou frumos înaintea zilei nunţii (dacă

este imposibil să faci acest lucru, poţi aduce personal darul, la recepţie, împachetat cu grijă). Un cadou pentru căminul tinerilor căsătoriţi foarte potrivit ca şi în America. (După un anumit timp vei primi un dar de o valoare mai mică din partea familiei miresei.)

Nu spune *sayonara* când pleci de la recepţie, pentru că înseamnă părăsire şi poartă ghinion dacă este rostit la o nuntă.

Înmormântările

Când un asociat de afaceri japonez sau un membru al familiei sale moare, dacă nu eşti în Japonia, trimite o scrisoare de condoleanţe sau aranjează să fie trimise flori în Japonia din partea biroului tău.

Dacă eşti în Japonia trebuie să te prezinţi la familie, cu flori sau preferabil cu un cadou, într-o hârtie specială pentru înmormântare, ca şi florile.

Ceremonia de înmormântare este doar pentru familie. Dacă respectivul a fost un prieten apropiat, poţi participa la „ceremonia de adio", dinaintea înmormântării.

Când intri în camera în care se află sicriul, trebuie să te înclini în faţa prietenilor lui apropiaţi, aliniaţi în stânga sicriului, apoi te înclini în faţa sicriului şi te rogi; după aceea te înclini în faţa membrilor familiei şi a „îndoliatului principal", care sunt aliniaţi în dreapta sicriului.

Lumea arabă

Arabii sunt gazde generoase şi se simt insultaţi dacă le refuzi ospitalitatea. Acceptă oferta care îţi este făcută, după ce ai protestat delicat spunând că nu vrei să-i deranjezi.

Foloseşte-ţi întotdeauna mâna dreaptă pentru a ţine, a oferi sau a primi materiale. Dacă eşti stângaci, cere-ţi scuze gazdei pentru că trebuie să foloseşti mâna stângă. (Mâna stângă se foloseşte la ţinutul hârtiei igienice.)

Fii atent să nu ţi se vadă tălpile picioarelor când stai jos şi niciodată să nu arăţi cu degetul sau să-i faci semne (cu mâna, ochiul, capul) unui arab (cel de-al doilea gest îl folosesc când îşi cheamă câinii). Pe de altă parte, fii pregătit ca un arab să stea foarte aproape de tine când discutaţi. Evită înjurăturile de orice fel şi nu pronunţa niciodată cuvântul Dumnezeu, în nici un context.

Arabii consideră femeile şi familiile lor ca un lucru intim. Comiţi o mare impoliteţe dacă pui întrebări în legătură cu soţia sau familia unui arab, dacă nu le-ai cunoscut personal. Fotbalul este un subiect fără probleme pentru o discuţie scurtă.

Într-o conversaţie generală, prietenul tău arab va fi mulţumit dacă vei face aluzie la istoria lor veche şi la numeroasele lor contribuţii la civilizaţia lumii. Americanul, care este familiarizat cu ruinele vestigiilor arhitectonice şi comorile artei lumii islamice, este considerat un om învăţat şi de cultură.

Totuşi, nu lăuda nici un obiect din casa sau de la biroul lui, pentru că se poate simţi obligat să-ţi dăruiască ceea ce admiri (chiar dacă e vorba de un covor persan!) şi va trebui să-i oferi şi tu unul la fel de frumos. Laudă interiorul în general, fără să faci referiri la un obiect, în particular, şi totul va fi în regulă.

Este foarte uşor să ofensezi un arab; deci, dacă eşti genul de persoană care îi tachinează pe oamenii în a căror companie se simte în largul lui sau dacă eşti o

persoană căreia îi place să se lanseze în discuţii aprinse despre problemele internaţionale, controlează-ţi impulsurile.

Îmbrăcămintea potrivită pentru bărbaţii dintr-un corp executiv din Est este haina de culoare închisă, dar subţire, cămaşă albă şi pantofi cu şireturi. Femeile din corpul executiv trebuie să-şi acopere braţele de la umeri până la încheieturile mâinilor şi să evite hainele care lasă să se vadă formele corpului şi pantalonii.

Arabii se obişnuiesc din ce în ce mai mult cu femeile din personalul de conducere. A face afaceri cu o femeie este ceva îngrozitor pentru ei, dar şi cei mai sofisticaţi îşi dau seama că rolul femeii s-a schimbat în lumea din afară şi trebuie să le accepte pe femeile-lideri din alte ţări. Tot mai multe din femeile lor sunt educate în Vest şi au responsabilităţi importante în muncă. Femeile americane, care fac afaceri cu arabii, trebuie să se îmbrace foarte modest, niciodată să nu se poarte excesiv de familiar şi să-şi oprească orice impuls de a discuta despre emanciparea femeilor sau despre poziţia femeii arabe.

Egipt

În Egipt te vei obişnui cu aşteptarea, fiindcă promptitudinea nu face parte din modul egiptean de a face afaceri. Adu-ţi aminte să dai mult bacşiş aici, pentru că bacşişurile date ospătarilor care te servesc în restaurante sunt o modalitate prin care oamenii îşi câştigă existenţa şi este deseori, singura lor sursă de venit.

Arabia Saudită

Omul de afaceri care se află în Arabia Saudită trebuie să fie sensibil la obiceiurile religioase şi la modul de a se îmbrăca. (Vezi, în capitolul 4 - „Cum să te îmbraci pentru afaceri internaţionale.) Nu insulta un saudit încercând să-ţi programezi călătoria de afaceri în timpul Ramadanului (lună consacrată, anual, postului şi rugăciunilor de la răsăritul până la apusul soarelui). Nu se poate încheia nici o afacere vinerea, care este ziua sfântă a Islamului. Un om de afaceri străin, care încearcă să facă presiuni asupra unui arab, pentru a obţine o întâlnire de afaceri într-una din aceste zile, se poate trezi fără nici un târg încheiat.

Într-o ţară arabă trebuie să ai răbdare. Răbdarea nu este o virtute, ci o necesitate. Acceptă ceşcuţele cu ceai de mentă sau cafea, extrem de dulce, cu care eşti îmbiat în permanenţă şi angajează-te în conversaţii scurte până când partenerul arab este dispus să treacă la discutarea afacerilor. Un saudit vrea să cunoască persoana înainte de a face afaceri cu ea. Nimic nu se desfăşoară în viteză în această ţară - deciziile sunt luate cu o încetineală agasantă -, dar este nepoliticos, lipsit de sensibilitate şi neproductiv să încerci să grăbeşti lucrurile.

Majoritatea oamenilor de afaceri saudiţi au fost educaţi în şcoli britanice şi americane. De aceea ei vorbesc engleza, dar dacă înveţi câteva cuvinte în limba arabă - chiar şi ceva simplu, cum ar fi „vă mulţumesc foarte mult" - ei sunt încântaţi.

Nu încerca să introduci băuturi alcoolice în ţară pentru că îţi vor fi confiscate la vamă şi vei începe treaba cu o ştampilă neagră la dosar. Nu fuma, dacă gazda ta arabă nu fumează.

Nu-ţi face un program strict când te duci în Arabia Saudită. Saudiţii sunt oricum, numai punctuali nu; de fapt, dacă ai un program de întâlniri pentru o anumită zi, vei putea să aştepţi, probabil, încă o zi până să o realizezi. Poţi foarte bine să te trezeşti la un moment dat că te afli într-o sală de şedinţe, plină cu oameni care

aşteaptă să vadă aceeaşi persoană pentru care ai venit şi tu. Acest obicei este un ecou al vechilorîntâlniri tribale care se ţineau în corturi.

Un om de afaceri foarte activ trebuie, pur şi simplu, să-şi încetinească ritmul de acţiune, în această ţară.

Cel mai bun mijloc de a învăţa cum să ţii companie unei persoane importante dintr-o altă ţară este să studiezi cum îi întreţine el însuşi pe americanii importanţi. Este foarte greu să faci faţă saudiţilor. Opinia publică arabă este întotdeauna fascinată când un membru al familiei regale vizitează Statele Unite, deoarece diplomaţii saudiţi din Washington, la comanda familiei regale, organizează un banchet în toată regula pentru americani. În februarie 1985, când regele Fahd bin Abdul Aziz al Arabiei Saudite l-a vizitat pe preşedintele Reagan, majestatea sa a dat o petrecere înainte de întoarcere, pentru mai multe sute de persoane, la reşedinţa ambasadorului său din Washington. În timpul cocteilului, saudiţii antialcoolici au servit diferite băuturi răcoritoare din fructe, incluzând suc proaspăt de portocale, struguri, tomate, mango şi rodii. Un munte de caviar proaspăt era la îndemână, precum şi aperitive de *baba ghanoug* (un fel de salată de vinete), *falafel* (năut prăjit), *bummus* (năut cu sos) şi o piramidă uriaşă de crevete proaspete. Saudiţii au servit, de asemenea, un desert tipic arab: cutii făcute din ciocolată conţinând trufe din ciocolată, căpşuni trase în ciocolată şi alte dulciuri.

Pentru această petrecere a fost simulată o adevărată „oază", cu sute de palmieri aduşi în casă şi pe peluză. Sigiliul regal, executat din flori, măsurând 12/12 picioare, a fost folosit ca fundal pentru locul de primire. O oficialitate americană spunea că pentru ca preşedintele Reagan să egaleze acea petrecere, el va trebui să mute Marele Canion în Jeddah, sigiliul prezidenţial al Statelor Unite, la dimensiunea de 24/25 picioare, să fie executat din portocale şi struguri şi să pescuiască toţi homarii din Maine şi crabii din mare din Florida.

Scandinavia

Dacă eşti gazdă într-o ţară scandinavă nu uita să saluţi (skål) oaspeţii imediat, astfel încât ei, la rândul lor, să te poată saluta pe tine şi pe ceilalţi, şi toată lumea să poată continua să-şi bea băuturile. În Suedia, trebuie să fii exagerat de punctual la întâlnirile de afaceri şi la evenimentele sociale. În această ţară, seara, oamenii sunt eleganţi, aşa că să-ţi aduci cu tine haine elegante. La o cină suedeză, oaspetele de onoare stă, mai degrabă, la stânga gazdei decât la dreapta ei. Procedează în Suedia la fel cum procedează suedezii şi când mergi în casa cuiva, vino cu un buchet de flori sau cu o cutie de ciocolată. Dacă te afli într-un grup în care nimeni nu a făcut prezentările, prezintă-te singur tuturor. Suedezii sunt rezervaţi şi vor aprecia pe cineva care sparge gheaţa în locul lor.

Thailanda

În Thailanda să vorbeşti rar şi să nu foloseşti niciodată înjurături. Nu mângâia copiii pe cap (sau nu-i bate pe adulţi pe spate cu un gest amical), căci, deşi în Statele Unite este un gest de afecţiune, în ochii thailandezilor este o atitudine reprobabilă.

Fii amabil cu vizitatorii străini ai oraşului tău

Când găzduieşti în oraşul tău oameni de afaceri şi partenerii lor de viaţă, există multe lucruri pe care le poţi face ca ei să-ţi fie recunoscători pentru iniţiativa şi calda ta ospitalitate. Oricine poate rezerva un apartament luxos, cum ar fi apartamentul prezidenţial de la hotelul Drake din Chicago, dar nu oricine va concepe dinainte un plan pentru a face viaţa călătorilor obosiţi, pe cât posibil, uşoară şi plăcută. Hotelul va aranja şi înfrumuseţa apartamentul sau camera, dar gazda oaspetelui străin este aceea care trebuie să asigure adevăratele contacte. De exemplu, iată ce a făcut un cadru de conducere american şi soţia lui pentru un omolog japonez (un asociat apropiat) şi soţia lui, când aceştia au petrecut o săptămână ca oaspeţi ai cuplului american, atât pe probleme de afaceri, cât şi pe relaţii de societate.

În apartamentul lor de la hotel, musafirii au găsit următoarele articole:

- un set nou de mingi de tenis, o rachetă de tenis împrumutată şi o notă, adresată japonezului, în care se arăta că un club profesionist de tenis din vecinătate aşteaptă telefonul lui, pentru a-i programa o partidă de joc, când îi va conveni. (Nu mai trebuie să spun că americanul cunoştea marea pasiune pentru tenis a colegului său; i-a scris chiar înainte de plecare, să-şi aducă cu el, în călătoria în America, echipamentul de tenis.)
- sticle cu scotch-ul lui favorit şi sticle cu băuturile ei favorite, împreună cu o sticlă de şampanie, ţinută la rece într-un mic frigider.
- un coş cu fructe proaspete, cu farfurii şi cuţite pentru fructe (acestea au fost asigurate de serviciul hotelului).
- un ceainic, o strecurătoare şi două pachete de ceai japonez, în bucătărioara din apartament.
- două dicţionare mici de buzunar (japonez-englez).
- o cutie plină cu prăjituri de casă făcute de soţia americanului.
- o listă cu numerele de telefon de care ar fi putut avea nevoie, în două exemplare (una pentru ea şi alta pentru el).
- un program, confirmat, cu întâlnirile omului de afaceri japonez şi o copie a acestui program pentru soţia lui.
- o copie a unui program special de societate pentru soţie, plus o listă a locurilor unde se pot face cumpărături şi a expoziţiilor care pot fi vizitate.

Soţia americanului a aranjat să fie prezent un interpret, care să asigure traducerea când discuta cu soţia japonezului, la prânzuri şi ceaiuri, astfel încât conversaţia să nu se desfăşoare dificil. Soţia americanului a auzit-o pe prietena ei japoneză menţionând cât de mult le place copiilor ei Michael Jackson, astfel încât ea a făcut rost de câteva casete şi tricouri cu chipul acestuia, pe care să le ducă acasă pentru copii. (Ei şi-au oferit reciproc cadouri, dar nu le-au deschis în prezenţa celorlalţi, pentru că aşa se procedează în Japonia.) Cuplul japonez a scris gazdelor din Statele Unite că unul dintre lucrurile pe care le-a apreciat cel mai mult a fost colecţia de fotografii color pe care le făcuseră în timpul variatelor lor activităţi din acea săptămână. Fotografiile au fost puse într-un album micuţ şi trimise în Japonia, o minunată amintire a neobişnuitei lor călătorii în America.

Un alt gest al soţiei americanului, care s-a dovedit a fi de mare ajutor japonezilor, a fost o listă cu numele şi adresele tuturor americanilor importanţi, astfel încât să dispună de o agendă excelentă pe care să o aibă la îndemână dacă doresc să trimită scrisori de mulţumire imediat, precum şi în viitor.

Nu deranja călătorul cu cereri personale

Unul dintre lucrurile cele mai exasperante pe care i le poţi face unei persoane, este să o încarci cu un pachet pe care vrei să-l ducă într-o altă ţară. Călătorul are şi aşa probleme cu propriul lui bagaj; dacă îi mai dai şi tu ceva, îi poţi crea mari dificultăţi. Ţine seama că el trebuie să se descurce la vamă cu bagajele tale.

Comisionul pe care îi ceri să ţi-l facă poate să-i ia o mulţime de timp şi să creeze, de asemenea, probleme personalului său. Aşa că, gândeşte-te bine înainte de a cere cuiva care merge în străinătate, fie el american sau străin, să-ţi facă o favoare.

Oferirea de cadouri pe plan internaţional

(*vezi capitolul 15* - „Arta oferirii de cadouri în afaceri")

Cadourile, deşi fac parte integrantă din sistemul afacerilor interamericane, sunt şi mai importante în cazul unei relaţii de afaceri între americani şi oameni din alte ţări. Unii străini au tendinţa de a generaliza ideea că americanii sunt grosolani şi materialişti. Mici cadouri, care denotă gust şi imaginaţie, pot contribui la schimbarea acestei păreri. Câteodată noi, americanii, suntem acuzaţi de a fi un popor jecmănitor. Putem demonstra contrariul prin grija şi imaginaţia folosite în oferirea cadourilor.

Oferind cadouri demonstrezi că te gândeşti şi la altcineva, nu numai la tine. Un dar bine ales, care denotă o preocupare evidentă, încurajează sentimentele de încredere ale destinatarului.

- Dacă nu eşti familiarizat cu modul în care se oferă cadouri într-o ţară sau alta, cere sfatul cuiva în temă, cum ar fi:
  - un coleg de afaceri care cunoaşte cultura ţării respective;
  - o oficialitate a consulatului ţării respective;
  - o persoană de afaceri din ţara respectivă, care trăieşte acum în Statele Unite.
- Darul pe care-l faci nu trebuie să fie prea scump, fiindcă destinatarul l-ar putea considera drept mită. (Vei obţine contrariul intenţiei tale de a fi recunoscător.)
- Darul trebuie împachetat cu gust - modul de prezentare este foarte important în alte ţări.
- Cel mai flatant cadou este acela pe care şi-l doreşte destinatarul, preferinţă pe care o poţi descoperi vorbind discret cu secretara sau cu un asociat al acestuia. Îi poţi completa în mod fericit colecţia de mostre sau să-i faci un abonament la o publicaţie pentru crescătorii de cai. Îi poţi îmbogăţi colecţia de porţelanuri cu o nouă piesă sau poţi să-i procuri un dispozitiv pentru noul lui automobil.
- Un dar în legătură cu meseria lui este întotdeauna semnificativ. De exemplu, unui avocat poţi să-i dai o antichitate din domeniul avocaturii, cuiva care lucrează în domeniul mass-mediei îi poţi oferi o carte veche, scrisă de un ziarist.
- Un dar care să aibă legătură cu ambele ţări este deosebit de preţios. De exemplu, pentru un coleg francez poţi găsi o reproducere a hărţii folosite de Lafayette în Revoluţia americană sau o cutie veche care are pictat pe ea acel dar vestit făcut Americii de Franţa - Statuia Libertăţii.

- Un dar ce poartă marca corporaţiei, de dimensiuni prea mari, poate să pară a fi mai degrabă o reclamă decât un cadou.
- Colegul tău străin va aprecia mai mult un dar pe care l-ai cumpărat din ţara ta, decât unul luat de la el din ţară.
- Trebuie să fii reticent în legătură cu cadourile pe care le faci unor oameni pe care nu-i cunoşti bine. Nu veni cu un cadou la prima întâlnire, pentru că îi poţi da celuilalt impresia că eşti grăbit în încheierea tranzacţiei.
- Dacă darul este ceva de genul unui *coupe-papier* - un obiect ascuţit - trimite-l sau oferă-l cu o pavăză de plută pentru partea ascuţită. Aceasta va contracara orice vestigiu al vechii superstiţii că un cadou cu tăiş este menit să străpungă inima destinatarului. (Aşa că poţi da şi explicaţia pentru ce ai trimis pluta, în plicul care va însoţi darul.)

Respectă obiceiurile ţării pe care o vizitezi privind oferirea de flori şi cadouri

Dacă urmează să trimiţi flori gazdelor când te afli într-o ţară străină, cere informaţii despre protocolul pe care-l incumbă florile oferite. Gladiolele, atât de iubite în Italia, sunt simbolul doliului în multe alte ţări. În Germania, trandafirii roşii sunt simbolul îndrăgostiţilor, în timp ce în Orientul Îndepărtat florile albe simbolizează doliul. În America, o plantă în ghiveci este un cadou foarte potrivit pentru cineva care este bolnav; în Japonia, dacă trimiţi o floare în ghiveci, în aceste împrejurări, îi doreşti să rămână „înrădăcinat în boală".

Iată încă vreo câteva tradiţii şi superstiţii.

Argentina

Nu dărui niciodată unui argentinian un set de cuţite! Acesta este un semn al dorinţei de a sista relaţiile de afaceri.

India

Nu dărui niciodată unui hindus ceva confecţionat din piele de vacă, pentru că vaca este considerată un animal sacru în India. Pe vremea când lucram la Casa Albă, m-am ocupat de procurarea cadourilor pe care doamna Kennedy urma să le ofere oficialităţilor indiene în timpul vizitei pe care o efectua acolo. Fără ca măcar să mă fi gândit, am comandat şase duzini de rame din piele, care se confecţionează de obicei din piele bleu, pe fiecare dintre ele fiind brodat sigiliul prezidenţial. Deoarece ramele erau făcute din piele de vacă, dacă le-am fi oferit oficialităţilor hinduse, ar fi putut da naştere unui conflict internaţional. Când am descoperit greşeala, am avut norocul că le-am putut înlocui cu nişte rame de argint.

Marea Britanie

Nu-i oferi unui britanic o cravată în dungi. Un englez nu poartă decât cravata organizaţiei din care face parte. A purta o altă cravată ar însemna că nu are o ţinută corespunzătoare.

Ţările foste socialiste

Când vin în ţară oameni de afaceri care aparţin ţărilor foste socialiste, cel mai bun cadou pe care-l poţi trimite în camera lor de hotel este o sticlă de băutură.

Darurile care au o anumită legătură cu artele sunt foarte apreciate în Rusia. Albumele cu discuri de muzică clasică s-au bucurat întotdeauna de popularitate, şi muzica country şi folclorică este deosebit de îndrăgită acolo.

Cadouri frumoase pot fi cărţile de artă, albumele de fotografii sau de sport, pe care le poţi răsfoi la o cafea. Acelaşi efect îl are şi o cravată de tip clasic pentru un bărbat sau o eşarfă pentru o femeie.

Din cauza regulamentelor sanitare, nu trebuie să aduci mâncare din răsăritul Europei. Oricum, o cutie sigilată de prăjiturele sau bomboane de ciocolată va trece, descori, la vamă.

Ţările arabe

Arabii sunt extrem de generoşi în privinţa darurilor. Colegul tău arab, probabil, îţi va oferi el mai întâi un cadou. Când îi faci şi tu unul, acesta trebuie să fie cam de acelaşi preţ şi calitate cu al lui.

Aşa cum am menţionat mai înainte, nu trebuie să duci cadouri soţiei şi copiilor unui arab, decât dacă îi cunoşti foarte bine. Dacă totuşi aduci cadouri, jucăriile şi eşarfele sunt cele mai adecvate.

Nu trebuie să aduci unui arab băuturi tari sau vin. Vor fi confiscate la vamă, pentru că alcoolul este interzis într-o ţară islamică. Să nu aduci nici mâncare, de vreme ce poate fi interpretată ca o critică la adresa ospitalităţii gazdei.

Dacă intenţionezi să cumperi un cadou unui arab, alege unul de la un magazin cunoscut, ca de exemplul un obiect din argint veritabil sau din porţelan de la Tiffany & Company, o cupă de la Neiman Marcus, o vază de cristal de la Steuben, stofe de la Pratesi sau Porthault, ultimul tip de calculator, care „face totul", de la o anumită companie americană de tehnologie etc. Un cadou pe care îi gravezi numele îi va face multă plăcere.

China

A face un cadou este un lucru dificil în China. Un cadou făcut de un vizitator străin unui chinez, în propria lui ţară, trebuie oferit cu mult tact şi, desigur, în particular, de vreme ce legea îi interzice primirea de cadouri. Dacă dai unui chinez un cadou în prezenţa altora, se va simţi extrem de stânjenit şi, desigur, va fi nevoit să te facă şi pe tine să te simţi prost, refuzându-l.

În China bacşişul este şi mai puţin obişnuit decât în Japonia. Dacă vrei, de exemplu, să recompensezi pe cineva, care s-a străduit să te servească la hotelul în care ai stat, va trebui să pui banii într-un plic şi să-l convingi să-l accepte când nu îl vede nimeni.

Chinezii au foarte multe înclinaţii culturale; dacă îi dai o carte de artă, o litografie sau o fotografie înrămată şi i-o oferi ca pe un dar pentru firma din care face parte gazda ta, s-ar putea să fie acceptată.

Nu oferi niciodată un ceas unui chinez, pentru că acesta este simbolul morţii.

Japonezii

Nimeni nu deţine într-o măsură mai mare arta de a dărui cu entuziasm decât un japonez. De două ori pe an, în decembrie (*Oseibo*) şi în iulie (*Ochugen*), japonezii fac schimburi de cadouri cu partenerii de afaceri, pentru a-şi exprima aprecierea sau pentru a-şi plăti o obligaţie. De vreme ce acesta este un obicei costisitor şi care ia timp, tinerii directori japonezi se străduiesc din răsputeri să-l înlăture.

Talentul japonez de a face un cadou este legendar. Jack O'Dwyer descria în revista sa de relaţii publice naţionale, din 19 iulie 1984, cu acelaşi lux de amănunte, darul ce se face la semnarea unui acord de colaborare între două agenţii importante (Hakuhodo şi Daniel J. Edelman), ca şi relatarea privind conţinutul acordului propriu-zis. Cadoul nu era decât un album de fotografii, cu coperta îmbrăcată în mătase, dar felul în care a fost prezentat şi frumuseţea ritualului i-a impresionat enorm pe toţi americanii care erau de faţă. Noi, americanii, am putea învăţa multe lucruri de la japonezi despre grijă, respect şi imaginaţie. Când făceam pregătirile pentru a călători la Tokyo, pentru a ţine o conferinţă ca reprezentant al marii companii de cosmetică Shiseido, am spus unuia dintre directori că doream să învăţ câteva fraze în japoneză, înainte de plecare. La scurt timp după aceasta am primit la biroul meu o casetă cu fraze englezeşti traduse în japoneză, lucru care m-a făcut să îndrăgesc pentru totdeauna compania Shiseido.

De obicei, japonezii îşi deschid cadourile în intimitate, dar dacă îţi vei deschide cadoul în faţa unui coleg japonez, cu siguranţă că şi el va face acelaşi lucru, pentru ca să nu te facă să te simţi jenat. Observând cum împachetează la loc cadoul întotdeauna cu grijă, astfel încât să pară neatins şi nedesfăcut, eu care sfâşii în bucăţele orice hârtie în care este împachetat un cadou, am fost fascinată de această îndemânare a japonezilor.

Ambalarea cadourilor, ca şi interpretările legate de cadoul propriu-zis, are în Japonia multe înţelesuri, inclusiv modul în care este împăturită hârtia şi ales şnurul, chiar şi felul în care aceasta este înnodat. Japonezii sunt înclinaţi să folosească hârtie şi pânză de împachetat colorată. Conform unei vechi tradiţii, un cadou împachetat trebuie prezentat într-o eşarfă de mătase (furoshiki), care reprezinta ultima împachetare.

Când un japonez îţi face un cadou, este frumos să te apleci puţin sau să-ţi înclini capul, în semn de preţuire.

Este considerat un gest grosolan din partea unei persoane din conducere, care călătoreşte în scop de afaceri, să-l ia prin surprindere pe un coleg japonez oferindu-i un cadou. Gestul îl va pune pe acesta în situaţia să-i cumpere şi el imediat un alt dar în schimb, pentru a salva aparenţele. Lasă-l pe colegul japonez să fie el primul care să-ţi ofere un cadou când eşti în ţara lui. Dacă vrei să-i răspunzi cu un alt dar, acesta va trebui să fie ceva mai puţin costisitor decât al lui. Este de prisos să-i faci unui coleg japonez un dar care se poate găsi pe toate drumurile în ţara sa (cum ar fi un ceas numeric sau un casetofon). Oferă-i ceva american. Ca şi chinezului, lui îi plac obiectele de artă - pictură, ţesătură, sculptură sau ceramică - create de un artist american. Japonezii apreciază, de asemenea, cravatele în culori închise şi genţile pentru femei, în mod special dacă sunt legate de numele unor designeri moderni. Şi, desigur, o sticlă de băutură este un cadou foarte bine venit.

Niciodată să nu oferi un cadou unui japonez în faţa altora, dacă nu ai cadouri pentru toţi cei prezenţi. Întotdeauna să trimiţi o notă de mulţumire, la câteva zile după ce ai primit un cadou, fiindcă altfel cel care ţi l-a oferit va crede că nu-ţi place.

Dacă eşti îndeajuns de norocos ca să primeşti o invitaţie într-o casă japoneză, aduci cu tine un cadou ori trimiţi imediat după aceea unul. Trebuie să fie ceva, aşa cum am mai spus, din categoria dulciurilor sau a alimentelor care pot fi împărţite ca să facă plăcere întregii familii.

Sugestii pentru daruri

- Cu excepţia ţărilor islamice, o *sticlă de băutură* este întotdeauna bine venită. Până de curând era considerat neavenit ca o femeie din conducere să aducă în dar băutură unui bărbat din conducere, dar acum lucrurile s-au schimbat. O persoană nu trebuie să-şi facă probleme asupra genului de băutură pe care îl preferă cel care primeşte cadoul; sticla respectivă poate fi oricând folosită ca aperitiv pentru o ocazie deosebită, la birou sau acasă.
- De obicei, este primit cu bucurie, de orice străin *orice dispozitiv american* recent apărut. Dacă te hotărăşti să-i aduci un dispozitiv electric, trebuie să te interesezi care este taxa de import şi să aranjezi în aşa fel încât s-o plăteşti tu. Ar fi bine să trimiţi şi un adaptor care să asigure funcţionarea aparatului la parametrii curentului electric din ţara respectivă. Dacă în cealaltă ţară priza este de alt tip, lasă-l pe destinatar să se ocupe de această problemă.
- Dacă asociatul tău în afaceri din străinătate vorbeşte fluent engleza, *un best-seller care are ca temă politica externă americană* a preşedintelui şi cabinetului său sau practici ale afacerilor americane s-ar putea să-l intereseze.
- *Seturile de stilouri sau creioane* sunt întotdeauna plăcute şi foarte adecvate. Dacă setul poartă marca societăţii pe care o reprezinţi, atunci aceasta trebuie să fie de mici dimensiuni. Nu uita să trimiţi rezerve de pastă etc., cu seturile respective (dacă este nevoie).
- *O cutie cu hârtie de bună calitate* este întotdeauna un dar bine venit. (Pentru un bărbat, alegeţi o culoare potrivită, alb, gri sau cafeniu-roşiatic.)
- Un dar legat de *muzică* este, în general, o idee bună pentru orice vârstă (casete cu muzică clasică, jazz american, muzică folk, country sau rock).
- *Mâncarea* frumos împachetată, în cutii cositorite sau recipiente sigilate, este un frumos dar pentru o familie - nuci, bomboane, prăjiturele, specialităţi de fursecuri, borcane de dulceaţă etc.
- Îmbrăcăminte este deseori un dar bine venit (dar să cunoşti măsura, să nu o iei pe ghicite):
  - blue jeans şi compleu western;
  - pulovere americane;
  - pantofi de sport;
  - căciuli de schi (cu numele cluburilor de schi şi ale echipelor americane);
  - tricouri care au înscrisuri amuzante sau reprezintă faimoase echipe americane de sport;
  - accesorii cu numele destinatarului pe ele (eşarfe, cravate, curele etc.).

Special pentru copii

Unui coleg străin îi va face plăcere dacă, atunci când eşti invitat la masă, aduci cadouri copiilor. Totuşi, dacă nu i-ai întâlnit sau dacă părinţii lor nu au vorbit despre ei în prezenţa ta, atunci nu este cazul. Excepţia de la regulă, în acest caz, o

reprezintă doar nou-născutul. Unui copilaş de 6 luni sau mai mic, care face parte din familia la care ai fost invitat, trebuie să-i aduci un cadou, oricât de mic. Desigur, este prudent ca atunci când aduci un cadou pentru un copil, să aduci ceva mic (o cutie de bomboane) şi pentru ceilalţi copii din familie pentru a nu stârni gelozie.

Un dar frumos pentru un copilaş, dar costisitor, poate fi o cană din argint veritabil pe care sunt gravate numele copilului, iniţialele şi data naşterii. Am asistat la o scenă când o cană din argint foarte costisitoare (250 dolari) a fost făcută cadou, dar pe ea era gravată marca corporaţiei, atât de mare încât punea în umbră iniţialele bebeluşului. Frumosul cadou a fost privit ca o formulă comercială. Cadouri din argint, mai puţin costisitoare, pot fi: o linguriţă, un clopoţel, un dispozitiv pentru alimente, dispozitiv pentru îndreptarea dinţilor. Şi lenjeria pentru patul copilului este un cadou frumos, ca şi diferitele accesorii de înfrumuseţare a camerei copilului, animale din materiale moi, lumini de noapte amuzante şi cărţi pentru copii (ca, de exemplu, cărţi de basme sau *cărţi în relief*).

Jucăriile făcute în America sunt cadouri plăcute, în special cele care reprezintă ultimul răcnet al modei în Statele Unite. Chiar dacă este vorba de un album recent, o păpuşă sau o jucărie spaţială, copiii află de ele foarte repede.

Adolescentele cărora li se dă voie să se machieze apreciază întotdeauna produsele cosmetice americane (alegeţi culori deschise) diferitele produse destinate îngrijirii pielii şi lacul pentru unghii. De asemenea, le fac mare plăcere cele mai recente modele de curele, genţi, eşarfe sau bijuterii americane.

Când o femeie din conducere face cadouri

O femeie americană din corpul executiv trebuie să se abţină de la oferirea de cadouri colegilor ei străini înainte de a-i cunoaşte îndeajuns de bine, pur şi simplu pentru că poziţia femeii în alte ţări este cu mult mai puţin avansată decât în ţara noastră. Ea trebuie să aştepte până când colegul străin îi oferă un cadou (în afară de cazul în care îl cunoaşte foarte bine sau dacă este cumva invitatul de onoare al petrecerii pe care o dă el).

Dacă a cunoscut soţia colegului străin, desigur că poate să-i aducă o atenţie când se duce în ţara respectivă în interes de afaceri, pentru că aşa ceva este acceptat cu uşurinţă de un bărbat din corpul executiv. Cosmetice, ciorapi de nailon, un parfum rafinat sau un set de bijuterii reprezintă cadouri de care se bucură foarte mult oricare femeie pe care ai întâlnit-o anterior. Genţi de voiaj, o geantă foarte arătoasă pentru cumpărături şi o umbrelă sunt cadouri potrivite între femeile din corpul executiv, chiar dacă nu s-au cunoscut anterior. Chiar dacă o femeie îşi cunoaşte bine colegii străini, tot trebuie să fie atentă şi să se abţină să ofere ceva prea intim (cum ar fi un halat). Un ceas (cu excepţia Chinei) este un cadou potrivit pentru un bărbat, precum şi orice accesoriu pentru birou (pentru masa de lucru). O femeie pe care o cunosc a avut un mare succes când a trimis fiecăruia dintre colegii ei străini câte o ramă americană din piele, foarte arătoasă, după ce s-a retras în Statele Unite. Nota care însoţea cadoul sugera ca rama să fie folosită pentru o poză de familie. Acea sugestie a făcut ca acel cadou să fie apreciat ca foarte potrivit şi nu unul foarte personal adresat numai bărbatului.

O femeie din corpul executiv care oferă diverse produse alimentare este, de asemenea, pe un teren sigur în arta de a oferi cadouri în străinătate.

Un cadou special pentru un invitat străin care ţine un discurs

Când sponsorizezi un program în cadrul căruia un invitat urmează să ţină un discurs, trebuie să-i dai acelei persoane un suvenir care să-i amintească de ocazia respectivă. Dacă acel conferenţiar nu primeşte un onorariu, poţi să-i oferi un geamantan sau o servietă, ceva de bună calitate, fabricat în America. Dacă vorbitorul primeşte un onorariu, şi atunci este frumos să-i trimiţi un mic dar, de exemplu, o carte. Poţi să introduci în acest cadou cartea ta de vizită sau cea de afaceri, cu un mesaj în genul: „Discursul dumneavoastră a fost în unanimitate foarte bine primit. A fost original şi foarte bine redat. Vă mulţumesc din partea noastră, a tuturor".

Partea a II-a

PROTOCOLUL ÎN AFACERI

Când membrii executivului unei corporaţii sunt familiarizaţi cu regulile de protocol şi le aplică, ei reprezintă organizaţia în mod strălucit. Înţelegând protocolul şi familiarizându-se cu el în afaceri, este ca şi cum ai folosi o hartă bună, pentru a ajunge la destinaţie fără stres sau întârziere. În primul rând oricine trebuie să ştie ce înseamnă un bun protocol, înainte de a fi în situaţia să-l practice (în ziua de azi, aceasta este o problemă fundamentală în afaceri). Capitolele următoare pun în discuţie comportamentul în cadrul corporaţiei, care arată că o companie ştie cum să facă lucrurile exact aşa cum trebuie.

Protocolul de corporaţie se ocupă de tot, de la rechizitele de birou până la punerea corectă a steagurilor, în vederea îndeplinirii datoriei civice a companiei, în sala de festivităţi a unui hotel. Protocolul delimitează ceea ce este adecvat de ceea ce este nepotrivit, când oferi cadouri. Protocolul se bazează pe concepţia că mult mai mult contribuie la succesul afacerilor modul în care întreţii atmosfera decât caviarul şi şampania servite în timpul mesei.

Companiile de talia celei cunoscute sub numele I.B.M. sunt privite ca nişte instituţii de clasă, nu numai datorită succeselor financiare. În spatele „clasei", se ascund multă muncă de instruire, atenţie acordată detaliilor şi insistenţă în a menţine prestigiul companiei. Totodată, protocolul de corporaţie se ocupă cu comportamentul individual al persoanelor din executiv, privit ca un aspect al imaginii companiei. Ambele acţionează împreună sau unul împotriva celuilalt.

O companie poate deveni expertă în protocolul de corporaţie, în primul rând dacă se îngrijeşte de acest subiect, învăţând despre el şi, în sfârşit, insistând în aplicarea unor proceduri corecte. Tezele protocolului nu anulează creativitatea în cultura de corporaţie, ci mai degrabă o sporesc.

6

Şedinţe, conferinţe şi seminarii

America este o ţară a întâlnirilor. Sistemul nostru de afaceri foloseşte întâlnirile ca unelte principale, indiferent dacă scopul lor este vânzarea, informarea, instruirea, criticarea şi planificarea sau schimbul de experienţă. Proprietarul unei mici întreprinderi angajează trei oameni şi, astfel, ia naştere inevitabil o întrunire. O reuniune poate să aibă loc şi numai cu trei oameni care stau la birourile lor, conversând prin uşile deschise, sau stând în jurul unei mese rotunde de conferinţe, frumos lăcuită, aşezat fiecare comod într-un fotoliu din piele, pe rotile.

În afară de miile de şedinţe de birou care se ţin zilnic, există aproximativ 750000 de întâlniri de corporaţie organizate formal, care se ţin în fiecare an în Statele Unite, şi alte 50000 desfăşurate la nivel internaţional, sponsorizate de statele sau regiunile participante. Ca să nu mai vorbim de seminariile şi conferinţele organizate de companiile educaţionale, instituţiile de învăţământ şi organizaţiile de afaceri.

De vreme ce americanii sunt poporul cel mai chinuit de şedinţe, membrii executivelor ar trebui să facă un efort sincer ca să le ţină *numai* dacă este necesar şi să le facă, din punct de vedere fizic şi psihologic, cât mai confortabile posibil.

Este de datoria preşedintelui unei şedinţe să asigure factorii de confort. Am observat *că orice şedinţă bine condusă este, în mod invariabil, o combinaţie dintre un preşedinte şi nişte participanţi, având şi unii şi alţii bune maniere.* Tot aşa cum un dirijor excelent are nevoie de o orchestră excelentă pentru a putea interpreta o simfonie în mod desăvârşit!

Bunele maniere, împreună cu o conducere competentă şi eficientă, par să meargă mână în mână, pentru realizarea unei întâlniri productive, plăcute şi care se termină ori la timp, ori mai devreme.

O şedinţă de birou poate fi convocată din o mie şi unul de motive, dar nu va fi productivă dacă nu se ştie din timp şi precis pentru ce a fost nevoie să fie ţinută şi dacă, la sfârşitul ei, nu a înţeles toată lumea sarcinile şi liniile directoare şi nu se ia o atitudine adecvată şi imediată, ca rezultat al ei.

Comportamentul într-o şedinţă de birou nu trebuie să difere de comportamentul de la şedinţele din afara biroului şi aceasta include convenţiile, întâlnirile pentru vânzări, conferinţele şi seminariile, în care fiecare dintre noi reprezintă compania în întregul ei în faţa comunităţii. De vreme ce suntem în public, ar trebui să dăm dovadă nu numai de acelaşi respect pe care îl manifestăm în şedinţele noastre de birou, dar să ne străduim să facem chiar mai mult. Cum omul este un animal social, cu cât exersăm mai mult ceva, cu atât rezultatele vor fi, în mod automat, mai bune, iar bunele maniere ne vor fi mai la îndemână şi le vom folosi în mod mai natural.

Manierele unei persoane care participă la o şedinţă sunt tot atât de importante ca şi ale celui care o organizează. Întreaga ambianţă a unei întâlniri la care participă mulţi oameni depinde, într-adevăr, de profesionalismul, eficienţa, inventivitatea şi de atitudinea atentă a acelora care răspund de organizarea ei.

O mare întrunire poate constitui pentru participanţii ei o experienţă personală plăcută. De exemplu, cea mai plăcută amintire a mea este aceea a unui seminar de trei zile, de la Hotelul Palace din Montreux, Elveţia, organizat de firma Dean Witter Reynolds (o importantă companie de servicii financiare), la care am participat, fiind unul dintre vorbitori. Toţi cei care asistau la seminar primiseră înainte de plecare mai multe materiale, aşa că atunci când am ajuns la Montreux eram complet documentaţi asupra programului companiei, asupra ţării respective, istoriei hotelului şi asupra opţiunilor pe care le aveam de făcut pentru petrecerea timpului liber. Valizele noastre erau puse împreună şi erau legate cu benzi viu colorate, putând fi identificate cu uşurinţă la aeroport. Când am fost cazaţi la hotel, am găsit fiecare câte un set de cărţi poştale, vederi din Elveţia, purtând toate ştampila serviciului elveţian de poştă aeriană, gata de fi expediate acasă. În fiecare seară, găseam în camerele noastre un mic cadou lăsat de către directorul şedinţei. O dată o cutiuţă cu bomboane de ciocolată, altă dată o batistă elveţiană brodată, a treia oară un coşuleţ cu fructe proaspete.

Cum era o întâlnire internaţională, protocolul a fost respectat cu stricteţe, fiecare dineu decurgând cum trebuie; toţi oamenii de afaceri, elveţieni şi americani, şi reprezentanţii oficialităţilor, ai guvernului erau prezentaţi unii altora, cu numele şi titlurile pronunţate corect. Fiecare mic detaliu era „exact la locul potrivit" pentru că se făcuseră înainte multe planuri şi pregătiri. Directorul întrunirii, şi în acelaşi timp al companiei Dean Witter Reynolds, avea maniere elegante; era pe deplin conştient de impresia pe care încerca să o facă compania sa, mai ales că fuseseră cheltuite atâtea mii de dolari în acest scop.

Oricum, chiar dacă întrunirea s-ar ţine în camera R-4, pe acelaşi etaj cu biroul în care lucrezi, în loc să aibă loc la Hotelul Palace din Montreux, Elveţia, nu uita vorba din bătrâni: „Lucrurile mici sunt cele care contează!"

Întâlniri între birouri

Preşedintele propriu-zis al unei şedinţe

Nu există nici o altă situaţie în care aptitudinile de conducător ale unui membru din executiv să fie mai evidente decât atunci când prezidează o şedinţă. Pentru a se asigura că în cadrul şedinţei comportamentul este perfect corect, preşedintele trebuie să păstreze pe biroul lui o copie a cărţii „*Regulile de disciplină ale lui Robert*" (de H.M. Robert; publicată de Fleming Revell; 3,95 dolari). Un preşedinte politicos al unei şedinţe trebuie să respecte următoarele reguli de disciplină:

- să fie atent în ceea ce priveşte programarea şedinţei, să ţină cont de faptul că majoritatea oamenilor sunt în cea mai bună formă dimineaţa. Să nu programeze şedinţe vinerea după-amiaza, când oamenii, la sfârşit de săptămână, încearcă să evadeze în afara oraşului. Să nu le programeze nici în ajunul unor sărbători importante, când participanţii care nu se află în oraş vor avea dificultăţi în a se întoarce acasă. Să nu dea dovadă de lipsă de respect programând şedinţe în timpul unor sărbători religioase importante;
- să informeze participanţii, pe cât este posibil, mai devreme despre data ţinerii acestora, cu 2 săptămâni înainte pentru participanţii care vin din alte oraşe;
- să se scuze, dacă împrejurările l-au forţat să ţină o şedinţă fără a avea timpul necesar pentru pregătirea ei, fiind conştient că s-ar putea să-i fi încurcat foarte tare pe cei care trebuie să participe la ea;
- să invite oamenii la şedinţele prezidate de el, selectiv, mai precis, să fie invitaţi numai acei oameni care trebuie neapărat să participe. Să-şi dea seama că în multe cazuri nu e nevoie să convoci o şedinţă. Să îi includă numai pe aceia care au multe responsabilităţi în afacerile respective, şi pe aceia care se pregătesc pentru asemenea responsabilităţi şi cărora le-ar fi de folos să participe la o asemenea şedinţă. Să invite oameni din alte domenii ale companiei de a căror competenţă va fi nevoie, astfel încât să nu-şi reproşeze niciodată: „Ar fi trebuit să-l consult pe cutare şi pe cutare". Oricum el nu trebuie să uite că resursele valoroase ale conducerii nu trebuie irosite în şedinţe;
- să împartă ordinea de zi cu mult înainte, pentru a oferi celor invitaţi timp să se gândească la subiectele ce vor fi dezbătute;
- să se asigure că materialul necesar se află în mâinile participanţilor cu destul timp înaintea şedinţei, pentru a-i ajuta să se pregătească, dar şi pentru a evita pierderea de timp cu citirea materialului în timpul şedinţei;
- să hotărască dinainte cât timp să-i aştepte pe cei care lipsesc, înainte de a începe şedinţa. Eu ştiu că un membru al executivului nu trebuie să aştepte pe nimeni nici un minut peste ora programată, inclusiv pe reprezentanţii C.E.O. El fixează de la început când începe şedinţa şi toţi cei care au întârziat vor rămâne după terminarea acesteia să asculte partea de la care au lipsit.
- să îi prezinte în mod curtenitor pe toţi noii veniţi grupului şi pe membrii grupului noilor veniţi cu numele, titlurile şi responsabilităţile lor;
- să le demonstreze celor mai tineri din executiv că nu este distant şi că este un om ca şi ei, nu numai prin simţul umorului, dar oferindu-le acestora ocazia să arate ce ştiu şi să contribuie la discuţie. Cu alte cuvinte, să orchestreze desfăşurarea şedinţei în aşa fel încât să le permită tuturor să-şi arate competenţa şi cunoştinţele în faţa semenilor lor;
- să îşi dea seama de orice stare tensionată sau de orice comunicare ostilă nonverbală, care circulă în birou şi să o discute după aceea cu fiecare dintre cei implicaţi. Uneori există o ostilitate deschisă, nemascată, care trebuie rezolvată pe loc. Nu pot să uit că am participat o dată la o şedinţă în care existau două grupuri absolut rivale. Preşedintele, un membru superior al executivului, avea probleme cu menţinerea ordinii, în timp ce directorii celor două părţi se certau în mod vehement. În cele din urmă, s-a ridicat de pe scaun, s-a dus direct la întrerupător şi a stins lumina. Brusc, cei 15 membri ai executivului, agitaţi, s-au cufundat într-un întuneric absolut. Nu se mai auzea nici un sunet în încăpere; era ca şi când o pătură rece şi udă ar fi fost

înfăşurată împrejurul unei camere de aburi. Câteva secunde mai târziu, preşedintele a reaprins lumina. Gestul a fost eficient. Discuţiile au continuat pe un ton calm, raţional; neînţelegerea s-a rezolvat şi şedinţa s-a putut încheia;

- să fie cu un ochi pe ceas şi cu altul pe ordinea de zi, astfel încât să evite întârzierile cauzate de cei care fac digresiuni de la subiect;
- să nu fumeze, dacă fumatul este interzis în camera respectivă. Să ţină seama de nefumători şi să discute cu direcţia dacă să facă secţii separate de fumători şi de nefumători în cameră sau să-i pună pe fumători de o parte a mesei de conferinţă;
- să se ocupe de cei care deranjează şedinţa, cu multă abilitate. Să închidă binevoitor, dar ferm, gura persoanei care încearcă să domine şedinţa;
- să aibă grijă ca locul unde se desfăşoară şedinţa să fie confortabil:

- curat
- bine luminat
- bine aerisit (aerul încărcat îngreunează procesul gândirii)
- temperatura să fie plăcută
- să aibă locuri confortabile
- să pună la îndemână apă cu gheaţă şi pahare
- să fie aprovizionat cu blocnotesuri şi creioane

- să stabilească o pauză scurtă pentru relaxarea participanţilor, la fiecare oră şi jumătate, atunci când este o şedinţă lungă, pentru ca ei să se poată destinde şi vorbi cu colegii sau să dea un telefon acasă;
- să acorde atenţie tuturor celor care fac o expunere în faţa publicului, ca şi tuturor celor care au ajutat la pregătirea întâlnirii, la întocmirea oricărei diagrame, fişe, prezentări şi/sau material audiovizual care a fost folosit.

Arta bunului comportament în şedinţă al unui membru tânăr din executiv

Manierele preşedintelui şedinţei nu sunt singurele considerente importante ale protocolului; şi comportamentul participanţilor este tot atât de important. O şedinţă reuşită, bine condusă, decentă, este desigur o stradă cu două sensuri şi sunt multe modalităţi prin care un participant poate da dovadă de bune maniere în mod eficient.

- *El ajunge la timp,* chiar cu câteva minute înainte de ora la care este programată începerea şedinţei.
- Dacă participă pentru prima dată din partea companiei proprii la un asemenea gen de şedinţă, sau dacă reprezintă pe cineva din companie, se comportă în mod prietenos şi firesc faţă de ceilalţi participanţi. Dacă a venit din afară, trebuie să le explice celorlalţi cine este şi de ce se află acolo. Aceasta este şi un prilej pentru el de a-şi oferi cartea de vizită de afaceri, dacă membrii executivului cu care poartă discuţia îi pun întrebări despre el şi compania sa.
- Ca nou-venit, nu ia loc până când cineva care ştie de ce se află el acolo nu îl invită „să se aşeze“ sau poate să stea "acolo", lângă Ann Smith. Ar fi greşit să se trântească din proprie iniţiativă pe scaunul de lângă preşedinte. Scaunele din stânga şi din dreapta preşedintelui sunt pentru colegii acestuia sau invitaţii de onoare.
- Dacă şedinţa întârzie să înceapă, dintr-un motiv sau altul (cum ar fi sosirea cu

întârziere a preşedintelui), el ar trebui să se întoarcă spre cineva, ori din stânga ori din dreapta lui, şi să se lanseze într-un subiect de conversaţie (dacă cealaltă persoană nu studiază cumva vreo hârtie). El poate să întrebe ceva legat de evenimentele de actualitate ("Ce părere aveţi despre incredibilele răsturnări din alegerile preliminare de ieri?") sau poate vorbi chiar despre şedinţă („Sunt nerăbdător să ascult prezentarea noii companii, am auzit că e grozavă!").

- Este pregătit pentru şedinţă, cu tot materialul care trebuia studiat acasă, parcurs cu grijă.
- Dacă va urma să facă o prezentare, îşi va pregăti bine remarcile şi-l va ruga pe director să-l lase să verifice orice echipament audiovizual sau electric de care este nevoie pentru prezentarea audiovizuală, ca să se asigure că va merge cum trebuie. Cu alte cuvinte, că este bine pregătit.
- Cere permisiunea preşedintelui înainte de a folosi un casetofon pentru a înregistra.
- Îşi face însemnări pe marginea discuţiilor şi criticilor mai importante, ce i-au fost aduse, după părerea sa, şi îşi notează cu grijă propriile sale critici la adresa ideilor altora.
- Nu se lăfăie în scaunul său; atitudine care ar manifesta plictiseală, ceea ce este tocmai opusul celei pe care ar trebui s-o degaje.
- Nu mâzgăleşte o hârtie, alt gest care distrage foarte mult atenţia. (Este adevărat că diverşi preşedinţi ai Statelor Unite erau cunoscuţi pentru mâzgălitul lor în timpul şedinţelor de cabinet; când tânărul director va ajunge preşedinte al Statelor Unite, va putea să mâzgălească şi el.) Se abţine, de asemenea, şi de la alte „ticuri obişnuite la o masă de conferinţe", ca plasarea agrafelor de birou în combinaţii nesfârşite sau rularea unor bucăţele de hârtie în cocoloaşe minuscule.
- Evită să întrerupă vorbitorul: în loc de a-l întrerupe, îşi va nota ce doreşte să spună în acel moment. În special, în cazul şedinţelor mari, oficiale, aşteaptă un moment prielnic pentru a-şi introduce comentariile. Obţine permisiunea să vorbească strigând numele preşedintelui şi ridicând mâna, ca şi când ar fi la şcoală şi ar vrea să atragă atenţia profesorului. Preşedintele va da atunci din cap afirmativ în direcţia lui sau îi va striga numele, ceea ce înseamnă că poate vorbi.
- Rezistă tentaţiei de a monopoliza discuţiile, prin orice fel, chiar dacă este calificat să o facă. (Îşi aminteşte ce simţeau colegii lui de clasă faţă de cel care ridica mâna încontinuu, de fiecare dată când profesorul punea o întrebare).
- Are curajul să ceară o lămurire asupra unui punct neclar. Probabil că mai sunt şi alţii printre cei prezenţi la fel de nelămuriţi ca şi el. El ştie că este mai înţelept să admiţi că nu ai înţeles ceva decât să încerci să dai impresia că ai înţeles.
- Se comportă firesc în manifestarea emoţiilor, dar se controlează în cazul în care simte nevoia să-şi exprime dezacordul, evident, faţă de ceva care tocmai s-a spus. Există mai multe moduri de a-ţi manifesta dezaprobarea; „violenţa" este grosolană. El poate să-şi exprime părerea contrară, dând negativ din cap şi făcând un comentariu liniştit după ce cealaltă persoană a terminat de vorbit. Dacă preşedintele nu îi dă cuvântul pentru o elucidare suplimentară, el trebuie să rămână tăcut şi să dea glas părerilor sale numai după şedinţă.
- Foloseşte pronumele de politeţe „noi" în loc de „eu" când vorbeşte unui grup. „Noi" înseamnă că face parte din echipă. „Eu" sună egocentric, ca şi când ar refuza să acorde importanţă celorlalţi care lucrează la proiect oricât de mic ar fi rolul lor.

- Dacă timiditatea îl copleşeşte când are ceva de spus, ştie că poate să-şi expună ideile într-o notă pe care s-o trimită preşedintelui sau altui participant la şedinţă care ar putea să o primească.
- Se gândeşte înainte de a vorbi şi nu îşi prezintă comentariile într-o manieră neîngrijită, dezorganizată. El vorbeşte la subiect, pentru a nu abuza de timpul celor prezenţi.
- Chiar dacă fumatul este permis în încăpere, el ştie că asta nu-i dă dreptul să-şi aprindă un trabuc sau o pipă fără permisiunea unanimă. (Dacă este preşedintele companiei, bineînţeles că ceilalţi au avut ghinion!) Dacă i se dă permisiunea să fumeze un trabuc sau o pipă, ar trebui să o facă în dreptul unui geam deschis, ca fumul să poată ieşi afară.
- Nu bea niciodată dintr-o cutie (de bere, sifon etc.) când este la o şedinţă de afaceri; îşi toarnă întotdeauna într-un pahar.
- Spune liniştit „Mulţumesc" preşedintelui şedinţei când părăseşte încăperea la sfârşitul întâlnirii.
- Îi felicită pe toţi cei care au avut o prezentare excepţională, la şedinţa respectivă, atunci când îi întâlneşte după aceea.

Gândeşte înainte de a vorbi

Un membru tânăr din executiv are deseori tendinţa să expună idei creatoare la întâlniri, bazate mai mult pe entuziasm decât pe consistenţă, pe logică şi pe posibilitatea realizării acestora. Sunt recunoscătoare domnului Ely Callaway, care mi-a fost şef pe când era preşedinte la *Burlington Industries*, cea mai mare companie textilă din lume, de pe vremea aceea. Domnul Burlington prezida o şedinţă la care asistam şi eu în calitatea mea de primă femeie cu post superior în conducere şi primul director al relaţiilor cu consumatorul. La un moment dat, în sala de conferinţă destul de aglomerată, mi s-a dat cuvântul şi am devenit exaltată de propriile mele remarci. Ely, foarte discret, mi-a strecurat o notă, la care am reuşit să mă uit în timp ce continuam să vorbesc: „Letitia, scria el, e *destul*". Era un semn că trebuia să mă opresc, pentru binele meu. Am încheiat repede şi m-am aşezat; obrajii îmi ardeau.

Mi-a explicat după aceea că nu am comunicat cum trebuie cu echipa. Nu aveam simţul de echipă. Când i-am mulţumit pentru că m-a oprit la timp, m-a îndemnat să am puţin mai multă răbdare. Mi-a explicat că un nou-venit trebuie să câştige respectul celor mai în vârstă înainte de a debita un întreg val de idei noi. „Dovedeşte întâi că eşti un bun profesionist, m-a sfătuit el, înainte de a încerca să schimbi lumea". Apoi a chicotit şi mi-a zis: „Dar, la naiba, ai dat o reprezentaţie în toată regula!".

Reguli de etichetă pentru o întâlnire a Consiliului de administraţie

Acesta este un gen de întâlnire care trebuie să fie - şi de obicei este - o prioritate deosebită pentru un şef de executiv. El este răspunzător în faţa acelora care au participat alături de el la acest consiliu. Munca în Consiliul de administraţie reprezintă, de obicei, o aspiraţie atât pentru conducătorii din interiorul companiei (ale căror prezenţe subliniază faptul că ei sunt conducătorii companiei), cât şi pentru directorii din afara companiei (pentru care acest serviciu este o onoare, o provocare şi deseori o răsplată pe plan financiar).

Consiliul de administraţie se presupune a fi un contrabalans faţă de persoanele apropiate C.E.O., astfel încât şedinţele lui le depăşesc ca importanţă şi prestigiu pe cele ce se ţin în birouri. Consiliul de administraţie se întruneşte în corporaţiile foarte mari lunar şi de două până la patru ori pe an, sau mai des, în companiile mici. Acest grup, în mod ideal, ar trebui să includă şi reprezentanţi ai minorităţii, dar aceasta se întâmplă rareori, cu excepţia companiilor mari. Directorii trebuie să-şi îndeplinească munca în mod conştiincios nu numai pentru binele companiei, dar şi pentru propriul lor bine, pentru că există posibilitatea unor litigii cu acţionarii. Responsabilitatea lor este o problemă serioasă; garantarea de către companii şi instituţii prin responsabilitatea directorilor este deseori insuficientă pentru a acoperi despăgubirile ce ar trebui plătite uneori.

Directorii sucursalelor trebuie să comunice celor de la centru părerea acţionarilor companiei şi a publicului despre companie şi despre felul în care este condusă. Se presupune că directorii din exteriorul companiei sunt cei care aprobă acţiunile membrilor Consiliului de administraţie. Ideal ar fi ca acest Consiliu de administraţie să fie alcătuit din experţi în diferite domenii şi care îmbogăţesc tezaurul de experienţă în toate problemele discutate. Ei sunt deseori conducători ai altor companii, avocaţi, contabili şi specialişti în finanţe, tehnologie, dezvoltarea producţiei, asigurări, marketing, relaţii cu publicul sau reprezintă alte aspecte importante ale afacerilor din zilele noastre.

Importanţa unei bune comunicări

Un consiliu de administraţie productiv este bine informat; materialele documentare necesare trebuie să ajungă la directori pentru a fi bine studiate, *înainte* de şedinţă. Dacă conducerea înţelege importanţa comunicării în avans şi-i furnizează fiecărui director materialul din timp, procesul muncii se va desfăşura lin şi directorii se vor simţi mai siguri în exersarea responsabilităţii lor faţă de companie.

Următoarele idei rezumă conţinutul pachetului lunar ce ar trebui trimis fiecărui director, cu patru sau cinci zile înaintea unei şedinţe de consiliu, de către secretara corporaţiei:

- Ordinea de zi, data, ora şi locul unde se va desfăşura
- Materialul cu raportul standard, cel mai important fiind raportul financiar
- Relatări pe larg despre şedinţele precedente ale consiliului (care, dacă vor fi citite şi găsite fără greşeală, vor putea fi aprobate repede de către membrii consiliului)
- Prezentări speciale care tratează politica companiei, procedurile, bugetul şi/sau raporturile comitetului.
- Procesele verbale încheiate cu ocazia întâlnirilor comitetelor (cu excepţia acelor comitete care se întâlnesc în aceeaşi dimineaţă, în care caz va exista un raport oral făcut de preşedintele comitetului, la un anumit moment al şedinţei).

Participarea unui director la prima sa şedinţă

Când un director al unei sucursale a companiei vine pentru prima dată la o şedinţă, se va face o introducere mai largă. Noul director trebuie prezentat personal fiecăreia dintre persoanele apropiate biroului executiv, dar este mai eficient şi în

acelaşi timp mai politicos dacă după şedinţă un membru al Consiliului de administraţie îl va conduce, pe cât posibil, prin toată compania, timp de o oră, pentru scurte prezentări.

Fotografia şi biografia noului director trebuie publicate în revista companiei, pentru ca fiecare funcţionar, de la orice nivel, să afle despre noul membru al echipei directoriale.

Când directorii de compartimente se prezintă în faţa Consiliului de administraţie

Este de mare ajutor dacă Consiliul de administraţie programează în mod regulat scurte întâlniri ale diverşilor directori adjuncţi şi de compartimente cu consiliul. Aceasta dă posibilitatea directorilor sucursalelor să cunoască mai bine compania şi totodată să furnizeze consiliului posibilitatea de a-i identifica pe potenţialii candidaţi la posturile de directori superiori în ierarhie.

De vreme ce acesta este, evident, un moment foarte important în cariera fiecărui director de compartiment, el sau ea trebuie să fie cât se poate de bine îmbrăcaţi (sobru, clasic), respectuoşi faţă de consiliu şi să dea dovadă de o bună cunoaştere a codului manierelor elegante. Aceasta presupune să acorde atenţie şi să nu întrerupă pe director când acesta vorbeşte, să răspundă cu grijă, dar succint la întrebările directorului (pentru a nu pierde timpul) şi să mulţumească consiliului pentru ocazia de a se prezenta.

Manierele directorilor

Directorii trebuie să aibă întotdeauna grijă de comportamentul lor, pentru că ei sunt în centrul atenţiei companiei. Trebuie să fie amabili cu personalul administrativ al companiei şi să nu considere firesti eforturile personalului de a-i informa sau de a le face viaţa plăcută în cadrul întâlnirilor consiliului şi ale comitetelor.

Directorii au, de regulă, motive întemeiate să spună „mulţumesc" tot timpul.

Directorii din exterior trebuie să ceară să fie conduşi prin numeroasele secţii de producţie ale companiei. Muncitorilor le place să vadă în secţie pe şeful cel mare, dar şi pentru directori este important să înţeleagă modul în care se fabrică produsele companiei. De beneficiile suplimentare oferite de companie nu trebuie totuşi să abuzeze nimeni. Se găseşte întotdeauna un director ocazional care cere companiei să-i obţină bilete la o piesă de teatru de mare succes şi apoi nu le plăteşte, care schimbă planurile privind folosirea limuzinei de serviciu, dar nu se sinchiseşte să informeze persoana căreia i-a solicitat-o, sau care îşi angajează fiul (sau fiica), studenţi, la companie pe timpul verii chiar şi atunci când nu se mai fac angajări pentru vară. Pe de altă parte, se găseşte oricând un director care îşi trimite toate secretarele în biroul executivului pentru a primi cadouri de Crăciun sau care îşi ia micul dejun în restaurantul cu autoservire al companiei şi stă să vorbească cu angajaţii, în loc să fi servit micul dejun cu directorii, în sala de dineuri a preşedintelui.

Desigur, cel mai important lucru dintre toate este ca directorii să-şi facă treaba cum trebuie, să se asigure că au înţeles fiecare problemă şi implicaţiile ei, să pună întrebări şi să le explice oamenilor dacă aceştia nu sunt de acord cu modul în care a fost rezolvată o problemă.

Fotografia Consiliului de administraţie

Este un gest frumos să ai o fotografie în grup a Consiliului de administraţie şi să-i dai fiecărui director câte o copie frumos înrămată. Mulţi acţionari vor să vadă cum arată consiliul, astfel încât aceeaşi fotografie poate constitui o completare bine venită la raportul anual.

Bunele maniere la o întâlnire de rutină din afara biroului

Atât acţiunile membrilor tineri din executiv, cât şi cele ale superiorilor sunt în centrul atenţiei când aceştia participă la şedinţele din afara propriilor birouri.

Ca vizitator, un membru din executiv este studiat foarte mult.

- Dacă, în general, nu acordă mare atenţie ţinutei, în ziua întâlnirii el trebuie să fie îmbrăcat corect.
- Trebuie să ajungă la timp la întâlnire.
- Nu trebuie să solicite să folosească telefonul nimănui din cei prezenţi, nici să roage secretara cuiva să dea un telefon pentru el şi nici să-i îndeplinească un comision personal în timpul şedinţei. (Toate aceste lucruri trebuia să le rezolve înainte şi la nevoie să vorbească de la un telefon public.)
- Dacă nimeni din grupul gazdei nu-i face prezentările înainte de şedinţă, trebuie să întindă mâna celor de lângă el, să-şi spună numele lui şi al companiei. El trebuie să se prezinte, de asemenea, preşedintelui când acesta ajunge la întâlnire. În acest fel întâlnirea se va desfăşura într-o atmosferă de prietenie.
- Ar trebui să aştepte şi să nu se aşeze până când nu-i indică cineva un scaun sau până când preşedintele nu le spune tuturor că îşi pot ocupa locurile.
- Este de datoria gazdei să ofere nişte remontante (ceai, cafea sau sifon), dar dacă nu se oferă, vizitatorul nu poate cere nimic.
- Absenţa scrumierelor în cameră este un semn că nu se fumează.
- Este înţelept din partea lui să-şi ofere cartea de vizită persoanei care face procesul verbal al şedinţei, în aşa fel încât aceasta să-i ştie deja numele şi compania de unde vine, în momentul în care se înscrie la discuţii.
- El trebuie să facă un efort special, să rămână atent şi să pară interesat tot timpul şedinţei, chiar dacă se plictiseşte îngrozitor.
- Trebuie să-i mulţumească personal preşedintelui întâlnirii pentru ospitalitate la sfârşitul şedinţei.

Întruniri mari în afara oraşului

A ţine o şedinţă sau a te ocupa de un eveniment în cadrul corporaţiei, chiar dacă este a ta sau a clientului tău, este simplu în comparaţie cu organizarea unei şedinţe la un centru de conferinţe sau la un hotel. Când şedinţa se ţine în alt oraş şi la ea participă un număr mare de oameni, uneori de la alte companii care au sediul în alte oraşe, atunci planul logistic pentru sponsor devine foarte complicat.

O companie de primă clasă trebuie să-şi ţină şedinţele în condiţii de primă clasă. Poate că o amenajare care duce la un spor de confort, care să-ţi pună la îndemână tot ceea ce ai nevoie, nu este cea mai indicată, dar pe de altă parte o „amenajare cu adevărat ieftină“ poate fi o reală pierdere de bani în loc să fie o economie.

O întâlnire în afara oraşului merită o anumită cheltuială planificată, pentru că schimbarea decorului poate genera idei noi. Dacă participanţii sunt trataţi foarte bine, ei vor păstra de obicei o părere bună despre şedinţă şi executivul care a organizat-o.

Persoana care răspunde de organizarea acestor întruniri

Secretarul executiv al Consiliului de administraţie sau o persoană din conducerea administrativă poate să facă aranjamentele pentru întâlniri mici, ţinute în clădirile companiei sau în alte oraşe. Când însă trebuie organizată o întrunire mare şi complicată, la sediul companiei sau în alt oraş, pentru C.E.O. este cazul să fie folosite serviciile unor profesionişti aparţinând altei companii din afară, specializată în desfăşurarea întregii acţiuni, inclusiv cazarea în hoteluri, negocierea cu liniile aeriene pentru transport, organizarea programelor, a banchetelor şi a distracţiilor, stabilirea meniului şi decorului, încheierea diferitelor aranjamente pentru echipamentul audiovizual de care este nevoie la şedinţă, stabilirea programelor sportive şi, aşa cum s-a exprimat un mucalit, „întinderea mâinilor şi suflarea nasurilor".

Marile corporaţii au de obicei un angajat special din rândul personalului, care se ocupă de organizarea întâlnirilor (directorul întâlnirilor), dacă nu folosesc profesionişti din exterior. Această persoană, numită uneori Coordonator al Evenimentelor Deosebite, are tot timpul responsabilitatea de a organiza întrunirile companiei, evenimentele distractive, seminariile şi conferinţele, atât în cadrul companiei, cât şi în orice colţ al lumii.

Persoana direct răspunzătoare de întâlnire se ocupă atât de condiţiile fizice, cât şi de cele psihologice, iar atingerea obiectivelor propuse revine conducerii superioare.

Alegerea locului pentru o conferinţă sau un seminar

Obiectivele întrunirii dictează genul de pregătiri care trebuie făcute. Uneori, este potrivită o staţiune, astfel încât afacerile să poată fi combinate cu sport şi recreere; alteori, când este o „întâlnire de lucru", este potrivit un hotel confortabil dintr-un oraş care dispune de facilităţi excelente.

Dacă unui director de întâlniri i s-a cerut, din partea superiorilor, să găsească o staţiune confortabilă şi potrivită, de obicei, el ia în primul rând legătura cu hotelurile cunoscute, ca de exemplu: Broadmoor din Colorado, Williamsburg Inn şi Homestead din Virginia, Greenbriar din Virginia de Vest, Breakees din Florida, White Mountain Inn din New Hampshire. Uneori locurile vestite pot fi complet ocupate sau nu se poate ajunge la o înţelegere cu ele. Când se recurge la rezervarea spaţiului necesar întrunirii într-un loc nou, neobişnuit, poate descoperi foarte repede cât de bun este locul respectiv discutând cu o persoană care s-a ocupat recent de un grup mare care a ţinut acolo o întâlnire pentru că reputaţia se răspândeşte foarte repede prin viu grai. Când trebuie să facă rezervări la unul din hotelurile mai vechi, el trebuie, de asemenea, să vorbească cu cineva care s-a folosit recent de serviciile oferite de locul respectiv, pentru că ele se pot schimba destul de mult de la un an la altul.

Cluburi şi centre de conferinţă ca alternative ale hotelurilor

Întâlnirile pot fi ţinute şi în alte locuri nu numai în hoteluri, de exemplu, în cluburi particulare şi centre de conferinţă. Deşi aproape oricui îi place să meargă la un club particular, invitat fiind la o şedinţă într-un loc care altfel nu l-ar primi ca membru din cauza sexului, rasei, culorii sau religiei, s-ar putea ca aceasta să nu fie productivă. Femeile-director, de exemplu, ezită de obicei în faţa unei invitaţii la o întâlnire de afaceri într-un club numai pentru bărbaţi, unde trebuie să folosească o anumită intrare, o anumită scară sau un anumit lift.

Un loc favorit pentru persoanele din executiv care sunt departe de casele şi oraşele lor este centrul de conferinţă, situat de obicei într-un loc idilic şi oferind, într-o atmosferă de pace şi linişte, posibilităţi bune de ţinere a şedinţei şi de recreere.

Într-un loc precum Centrul de conferinţe al cadrelor superioare din Tarry Town, din New York, de exemplu, nu găseşti nici turişti, nici petreceri, nici muzică de discotecă şi nici zgomotul traficului nu deranjează desfăşurarea lucrărilor, care pot dura, de obicei, o săptămână. Nu există nici serviciu în cameră şi nici televizoare în dormitoare. Centrele de conferinţă nu au un personal numeros ca în hotelurile mari.

Sharon L. Hassinger, de la Hotelul Hershey şi Clubul din Hershey, Pennsylvania, îi sfătuieşte pe coordonatorii de întâlniri să facă rezervări din timp, să precizeze, pe cât este posibil, numărul camerelor de dormit necesare şi să fie confirmat în scris aranjamentul şi programul întâlnirii, indiferent dacă aceasta intră în atribuţia lor sau a organizatorilor.

Îi sfătuieşte, de asemenea, pe directorii care se ocupă de şedinţe să fie extrem de precişi în privinţa cerinţelor de plată, întrucât „nimic nu poate ruina mai mult o conferinţă bine pregătită decât notele de plată care se ivesc după aceea". De asemenea, cere de la directorul şedinţei o dare de seamă amănunţită asupra felului în care s-a desfăşurat şedinţa, şi întregul aranjament, pentru că singurul mod prin care se poate îmbunătăţi confortul este cunoaşterea problemelor pe care le-a întâmpinat compania client. Critica constructivă este esenţială şi nu doar de „ochii lumii".

Alte variante de ţinere a unei şedinţe într-un hotel sau într-o staţiune de divertisment includ, când sunt raportate mai ales la organizarea unei afaceri, următoarele:

- O croazieră pentru „o conferinţă la mare"
- O întrunire într-o staţiune montană de schi, chiar dacă mulţi dintre participanţi nu schiază
- O întrunire într-o staţiune-balneoclimaterică, unde cei ce doresc pot comanda meniuri speciale pentru cură de slăbire (un grup de 135 membri ai unui executiv au pierdut nu de mult în greutate, la o astfel de întâlnire, în total 518 kg în 4 zile).

Negocierile în legătură cu locul desfăşurării şi serviciile

Deseori conducerea superioară nu are idee cât de importantă este munca unui coordonator de şedinţe sau cât de important este el însuşi. Un bun coordonator, specialist în arta negocierii, poate să economisească companiei sute de mii de dolari. Această persoană are nevoie de experienţă în meserie. El trebuie să fie permanent

informat, prin reţelele de care dispun diferitele asociaţii de coordonatori de şedinţe. Înainte de a se da orice confirmare scrisă privind rezervarea locului pentru conferinţă sau înaintea încheierii oficiale a unui contract pe probleme de divertisment, sau a unui contract privitor la taxele transportului aerian, un coordonator de şedinţă trebuie să treacă printr-o delicată fază de negocieri. El îndeplineşte pe drept cuvânt o importantă funcţie de conducere.

Un bun coordonator de şedinţe nu se hotărăşte la primul preţ văzut pe listă sau oferit de cineva. Încearcă să obţină scăderea preţului sau să obţină servicii suplimentare în preţul cerut. Trebuie să negocieze:

- Preţurile camerelor (să obţină preţuri mai scăzute pentru camerele mai mici, sau lipsite de perspectivă, ori aflate în vecinătatea unor zone zgomotoase).
- Divertismentul (de exemplu, obţinerea unui preţ special dacă o orchestră va cânta numai de 4 ori în timpul întâlnirii).
- Înlesniri la un banchet (de exemplu, obţinerea unor preţuri speciale dacă marea sală de festivităţi va fi folosită pentru un prânz şi două cine consecutiv)
- Folosirea posibilităţilor de recreere curente ale hotelului sau locului respectiv
- Gratificaţii plătite ca procentaj din întregul cost.

James E. Jones, fost preşedinte al Biroului Internaţional al Coordonatorilor de Afaceri, în „Seria şedinţelor directoratului“ (publicată de Bayard Publications, Strada Summer 500, Stamford, Codul 06901; 19,95 dolari plus 1,95 dolari transportul şi livrarea), sugerează companiei gazdă să plătească toate cheltuielile legate de întâlniri ori în bani lichizi, ori în cecuri ale companici, economisind pentru hotelul staţiunii sau pentru centrul de conferinţă grasul procent pe care l-ar fi câştigat firmele care emit cărţi de credit. Această acţiune poate foarte bine să ducă la o reducere de preţ, drept răsplată. Ţine minte, nu este nimic compromiţător pentru un gentleman sau o doamnă în fraza:

„Hai să încheiem o afacere“ („Hai să batem palma“).

Orice decizie finală la care s-a ajuns împreună cu cei din direcţiunea hotelului sau cu alţi furnizori trebuie să fie confirmată în scris:

- preţurile asupra cărora s-a căzut de acord
- datele hotărîte pentru livrarea tuturor produselor şi serviciilor.

Bacşişuri şi remize

Unii coordonatori găsesc că este avantajos din punct de vedere economic dacă fiecare participant dă bacşiş atunci când i se face un serviciu şi este despăgubit mai târziu de biroul de acasă. Dacă se decide astfel, fiecare participant trebuie să primească o notă, înainte de plecarea sa la şedinţă, în care i se explică sistemul dării de bacşişuri, astfel încât să fie pregătit cum trebuie.

Dacă un coordonator de întrunire decide să asigure pentru grupul său un sistem de „remize cu valabilitate generală“ (aşa-numitul „blanket gratuities“), el va plăti oriunde de la 15 la 22 procente din totalul cheltuielilor (minus bacşişurile la baruri, date întotdeauna de participant personal). Coordonatorul trebuie să se asigure că bacşişurile ajung la oamenii care trebuie, adică: la directorul hotelului, la acei membri ai personalului care au fost de ajutor în mod special fiind supuşi stresului (ca de exemplu, operatori telefonici foarte ocupaţi, şeful de sală la restaurantul hotelului şi principalii băieţi de serviciu). Din nefericire, unii directori de hotel fără

scrupule îşi însuşesc remizele şi le introduc în bilanţul privind profitul lunar al hotelului, în loc să le dea personalului.

Dacă serviciul a fost excelent, o corporaţie trebuie să fie foarte generoasă cu bacşişul, investiţie pentru viitor, astfel încât, atunci când o să revină în acel loc, să fie primită cu braţele deschise.

Dacă serviciul a fost prost, sarcina coordonatorului este să ceară direcţiunei, care se ocupă de confortul unităţii respective, să recurgă imediat la îmbunătăţiri. (De obicei, are efect ameninţarea că nu vor mai fi plătite remizele de către compania care beneficiază de serviciile respective). Ca o răsplată suplimentară, în ultima zi de şedinţă, unii coordonatori iau cu ei plicuri ce conţin 5 -10 dolari şi respectiv 20 dolari, pentru a-i da acelora care au muncit din greu pentru a oferi grupului servicii bune.

Cel mai rău lucru care se poate spune despre o companie după ce şi-a încheiat întrunirea, de către cei care i-au servit pe participanţii la acea acţiune, este: „Acei oameni sunt chilipirgii." Clientul se poate aştepta la un tratament amabil, dar el trebuie să ştie că un astfel de tratament se răsplăteşte!

Conferinţa anuală de licitaţii

Un tip de întâlnire obişnuită „de afară" este întâlnirea anuală de licitaţii, un excelent prilej cu care conducerea poate observa relaţiile dintre membrii executivului şi colegii lor, pe de o parte, şi cu superiorii, pe de altă parte. Motivul unei astfel de consfătuiri poate fi prezentarea unei noi serii de produse sau motivarea puterii de pătrundere pe piaţă a vechii serii şi propulsarea ei. În ambele cazuri, această întâlnire constituie cel mai bun moment pentru a-i încuraja pe participanţi, a le recunoşte contribuţiile individuale pe care le-au avut în cursul anului care a trecut şi să furnizezi ajutor şi idei noi în vederea atingerii scopului companiei. Atmosfera la o întrunire de licitaţii reuşită inspiră personalul, ridică moralul tuturor, îi înarmează pe toţi cu multe informaţii noi şi folositoare în acelaşi timp. Este un prilej pentru motivări, explicaţii, întrebări, planuri, reînnoirea vechilor prietenii, pentru a cunoaşte mai bine directorii superiori ierarhic şi uneori pentru distracţie. Este o ocazie cu care superiorii pot fi mai disponibili şi mai prietenoşi decât le permit circumstanţele să fie în cadrul biroului. Dar pe lângă atmosfera de camaraderie, ţelul întrunirii urmărit de conducere trebuie să fie făcut cunoscut în mod clar, concis şi, adeseori, în tot timpul discuţiilor.

Când întrunirea se desfăşoară într-o atmosferă caldă, cu nuanţe de umor presărate pe ici pe colo, poate fi fructuoasă. Îmi amintesc că m-am aflat într-o noapte la un banchet de sfârşit de an al unei companii, în mijlocul a 350 de oameni, care priveau pasionaţi rularea unui film, acompaniat de un fond muzical. Filmul, o formulă isteaţă, conţinea cadre inocente ale participanţilor la întâlnirea care avusese loc cu un an mai înainte. Erau şi nişte imagini foarte nostime; toată lumea râdea, fluiera dezaprobator sau aplauda tot timpul cât a durat filmul, mai ales la sfârşit, când toate cele cinci ecrane folosite pentru prezentarea filmului arătau ipostaze diferite ale unui director de licitaţii cunoscut, cufundat într-un somn profund, şezând în scaunul lui şi cu capul pe masă, în timpul discursului de închidere a banchetului Consiliului de administraţie.

De obicei, un conducător de companie consideră acest gen de conferinţă un succes, dacă:

- obiectivele privind motivarea forţei de pătrundere au fost atinse;

- membrii executivului au înţeles noua tehnologie prezentată în sesiunile de instruire şi sunt nerăbdători să înceapă să le folosească;
- fiecare a fost bătut pe umăr cu simpatie;
- aceia care nu au reuşit în cursul anului trecut au fost încurajaţi să se străduiască mai mult;
- cei care au excelat în domeniile lor au fost apreciaţi cum se cuvine şi s-au simţit îndeajuns de răsplătiţi;
- şi-au însuşit toţi perfect noile planuri şi importanţa noilor produse şi sunt nerăbdători să le încerce;
- toţi participanţii care s-au întors de la conferinţă au un respect sporit faţă de companie;
- s-au distrat bine cu toţii.

Asigurarea realizării obiectivelor

Uneori, conducerea trebuie să-i ajute pe participanţii care se întâlnesc să câştige beneficiile pe care le-au sperat. Poate trimite instrucţiuni participanţilor, înainte ca aceştia să plece la întâlnire, definind obiectivele întâlnirii, explicând din nou scopul acesteia şi în cuvântul de deschidere a conferinţei. Unii, ca de exemplu „Asociaţia proprietarilor de farmacii" (o asociaţie de comerţ, având cartierul general la Washington şi reprezentând compania de vânzare cu amănuntul a medicamentelor), vor introduce în echipamentul de înregistrare informaţiile necesare. Într-un an „Asociaţia proprietarilor de farmacii"a inclus următorul mesaj pentru participanţii la întrunirea anuală:

Asociaţia realizează că succesul şedinţei nu depinde numai de programul după care se desfăşoară, dar şi de atitudinea participanţilor. Pentru a se asigura că membrii participanţi vor găsi tot ceea ce aşteaptă - informaţii, contracte etc. - asociaţia face următoarele sugestii:

- *pregăteşte-te pentru această întrunire.* Întocmeşte o listă, mintal sau în scris, înainte de întâlnire, cu lucrurile pe care vrei să le obţii de la această întrunire, întrebări şi probleme la care vrei să ţi se răspundă. Apoi, poţi obţine în mod sistematic răspunsuri de la alţi membri, fie personal de conducere, fie vorbitori;
- *ia iniţiativa.* Nu aştepta să fii invitat la conversaţii sau discuţii. Adu-ţi în arenă întrebările şi ideile. Prezintă-te. Ecusonul tău îţi dă dreptul să faci cunoştinţă cu lume nouă, din care mulţi vor fi încântaţi de a-ţi fi trezit interesul. Dacă te asociezi numai cu oameni pe care i-ai mai cunoscut înainte, îţi reduci şansele de a obţine idei noi, care, până la urmă, constituie principalul motiv pentru care te afli la întâlnire;
- *citeşte programul de la cap la coadă.* Studiază fiecare vorbitor şi funcţia lui socială şi asigură-te că nu vei lipsi exact la acele luări de cuvânt care te-ar putea ajuta mai mult;
- *întâlneşte-te la fiecare prânz cu altcineva.* Mesele sunt o ocazie perfectă pentru discuţii informative, neceremonioase şi discuţii profesionale cu alţii care împărtăşesc aceleaşi preocupări în cadrul industriei respective;
- *pune întrebări.* Personalul asociaţiei, de exemplu, va fi mai mult decât fericit să facă sugestii, să furnizeze informaţii şi să fie de ajutor prin orice mijloace posibile;
- *fă-ţi însemnări.* Având în vedere ritmul în care se desfăşoară acţiunea,

este uşor să uiţi nume, surse şi tipuri. Notează-ţi-le cât îţi mai sunt încă proaspete în minte;

- *ţine legătura.* Foloseşte-ţi lista cu persoanele prezente (concepută astfel încât să poţi nota numărul camerei unei persoane sub numele său), pentru a stabili legături în timpul întrunirii. Păstrează legătura cu noile cunoştinţe, prin telefon sau scrisori, după întrunire. Membrii cu care te-ai împrietenit vor fi fericiţi să aibă veşti de la tine.

Carnetul de notiţe al directorului şedinţei
Jurnalul unui membru din executiv pentru şedinţa anuală

(*vezi şi cap. 8,* Organizarea unei mari recepţii sociale: lista alfabetică)

Instrumentul perfect pentru cel însărcinat cu organizarea unei întruniri este carnetul lui de notiţe. Primul lucru pe care înveţi să-l faci în acest sens, astfel încât să supravieţuieşti, este să notezi totul, inclusiv toate întrebările, înainte de a se ivi ocazia să le pui. Calitatea listelor cuprinzând participanţii, a tabelelor-statistice şi a informaţiilor - păstrate ordonat în dosare şi întotdeauna la zi - pot asigura succesul sau eşecul oricărei operaţii de acest gen. Informaţiile din caietul unui director de şedinţă trebuie să acopere totul, de la ce fel de paturi sunt cerute pentru persoanele foarte importante până la calitatea sistemului de aer condiţionat din sălile de şedinţă. Pentru o şedinţă din interiorul companiei sunt necesare câteva pagini de carnet, pentru că condiţiile sălii de conferinţe sau ale aulei sunt cunoscute. Totuşi, când pentru o şedinţă sunt folosite avantajele oferite de alt sediu decât cel central, al companiei, numărul paginilor creşte considerabil.

O întâlnire, o conferinţă sau un seminar reprezintă un succes nu numai dacă sunt bine organizate, ele depind şi de atitudinea personalului care răspunde de organizarea lor, toate acestea reflectând clar imaginea companiei. Manifestările individualiste şi dezordonate nu ţin de bunele maniere. În paginile ce urmează este prezentat modul în care un director de şedinţă îndemânatic şi organizat se descurcă pentru a face faţă evenimentelor de mari proporţii ale companiei. El dispune de hârtii de înregistrare divers colorate, pentru diverse genuri de şedinţe şi evenimente.

Prima pagină de înregistrare

Evenimentul:

Când:

Unde:

De ce:

Compartimentul care sponsorizează:

Contactul cu compartimentul:

Bugetul

Bugetul aprobat de conducere $ _____ Data _____Autorizat de _____
Costul negociat pentru folosirea unei _____ camere, masă, suma plătită pentru sala de şedinţă etc._____ Suma totală pentru transport _____
Amuzament (incluzând muzica, artiştii, iluminatul, sonorizarea) _____
Flori şi decor _____
Cadouri şi premii pentru organizatori _____
Costuri audiovizuale suplimentare _____
Onorariile şi cheltuielile vorbitorilor _____
Programe sportive _____
Programul pentru partenerul de viaţă _____
Materiale tipărite _____. Multiplicare _____
Ajutor suplimentar (biroul de înregistrare, camera presei, membrii personalului de primire etc.) _____
Fotografii _____
Telefoanele din camera presei, sumele pentru dactilografiere _____
Telefonul apartamentului de primire, sumele plătite pentru dactilografiere _____
Fonduri pentru evenimente neprevăzute _____

O evaluare a facilităţilor

Denumirea înlesnirii: Adresa înlesnirii: Nr. telefon:
Numele directorului: Numele secretarei: Nr. telex:
Localizarea celui mai apropiat: Aeroport _____ Tren _____
Depouri de autobuze _____
Condiţiile meteorologice pe timpul întrunirii _____
Temperatura medie _____
Preţul negociabil al:
Sălilor de şedinţă _____ Sălilor de banchet _____
Dormitoarelor (duble) _____ (simple) _____
Apartamentelor (1 cameră) _____ (2 camere) _____ (3 camere) _____
Numărul camerelor cu confort sporit (linişte, panoramă frumoasă) _____
Numărul camerelor fără confort (zgomot, fără panoramă) _____
Condiţia înlesnirii, când a fost folosită ultima dată
Cine face recomandarea_____ Nr. telefon_____
Data ultimei vizite_____
Facilităţi atletice fie în interior, fie în apropiere:
Patine de închiriat_____Piscină în aer liber_____Piscină în interior_____
Teren de squash_____Rachetă de tenis_____Teren de tenis_____
Teren de tenis în exterior_____Teren de tenis în interior_____
Teren de handbal____Crichet___
Mese de ping-pong _____ Teren de volei _____ Badminton _____
Cursă de golf cu 18 găuri _____ Cursă de 9 găuri _____
Schi _____ Pescuit _____ Curse de cai _____
Patinaj _____ Traseuri pentru excursie _____
Terenuri de tras la ţintă mişcătoare _____
Sală de jocuri video _____ Filme _____

Club de menţinerea sănătăţii _____
Saună _____ Gimnastică _____
Ridicarea de greutăţi sub supravegherea unui instructor
Programe de exerciţii pentru gimnastică aerobică şi ritmică _____
Calitatea mâncării şi băuturii _____ Calitatea serviciilor generale _____
Calitatea serviciului în cameră _____
Servicii telefonice _____
Curăţenia _____ Calitatea încălzirii _____
Calitatea sistemului de aer condiţionat _____
Capacitatea computerului _____ Capacitatea audiovizualului _____
Disponibilitatea procesării _____
Înlesniri de transport _____
Spitale şi servicii medicale din apropiere _____
Atitudinea personalului _____
Disponibilităţi pentru cumpărături pentru soţiile partenerilor _____
Disponibilitatea unui ghid pentru tur _____
Restaurante în cadrul înlesnirilor privind programele de noapte _____
Restaurante din apropiere _____
Condiţiile şi posibilităţile de apartamentelor pentru oaspeţi _____
Frigidere cu băuturi şi gustări în camere _____
Înlesniri pentru banchete _____

Numărul camerei	Capacitatea	Tipul înlesnirii
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Invitaţie

Tradiţional: Tipărită:	Gravată:	Emisă prin telefon	Trimisă prin scrisoare	Semnată de cine	Trimisă recomandat	Semnată de cine
_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

Cine răspunde de text _____
Cine va tipări sau grava invitaţia _____
(Nume, adresă, număr de telefon)
Când va fi expediată _____
Câte au fost comandate _____
Cine este responsabilul listei de invitaţi _____
Cine va semna la sfârşitul misiunii _____ Data _____
Cine va pune adresele pe plicuri _____ Ştampilate manual sau automat? _____
Data la care să fie expediate _____

Notă: Invitaţiile trebuie expediate cu 3-4 luni înainte de a avea loc o întâlnire, pentru ca să poată ajunge cei care vin din afară şi pentru a permite participanţilor să-şi organizeze programul în vederea acestei întâlniri.

Invitaţiile către conducerea superioară trebuie trimise cu 6 luni înainte, pentru o întrunire din interiorul oraşului, în special pentru una care va dura 2-3 zile.

Este important, când faci invitaţia la o conferinţă sau la un seminar, să trimiţi lista oaspeţilor care vor lua cuvântul, titlurile şi scrisorile lor de acreditare.

Lista invitaţiilor (în ordine alfabetică) şi răspunsurile

Numele oaspetalui	*Titlul*	*Adresa*	*Nr. telefon*	*Acceptă*	*Nu acceptă*
George Abell					
Jennifer Anderson					
Gregory Apgar					
Jonathon Arthur					
Giorgio Attuno					
etc...					

Notă: Organizatorul întâlnirii trebuie să pună data la care a fost primită acceptarea sau declinarea invitaţiei în coloana corectă... În ultimă instanţă organizatorul poate adăuga încă o foaie după lista de oaspeţi, care să cuprindă doar lista acceptărilor, în ordine alfabetică. Aceasta devenind lista finală de lucru:

Tabel de distribuire a camerelor

(Trebuie să fie date copii directorului general care se ocupă de înlesniri, întregului personal de planificare a şedinţei, ca şi întregului personal al hotelului angajat în servirea oaspeţilor.)

Cine prezent	*Titlul*	*Biroul*	*Tel Nr.*	*Hotel Nr. camerei*	*Data sosirii*	*Data plecării*

Observaţie: Tabele similare şi desenele aferente (dacă sunt necesare) se fac şi pentru aranjarea dispunerii în sală a mobilierului, pentru modul de transport asigurat invitaţilor, sistemul de primire a invitaţilor, pachetul cu informaţii oferit invitaţilor la sosire, semne de îndrumare spre locul de desfăşurare a acţiunii, modalităţi de servire a mesei şi meniul zilnic etc.

Lista cu evidenţa celor ce vor lua cuvântul şi a celor ce se ocupă de petrecerea timpului liber

Nume _____

Adresă _____ Nr. telefon _____

Data programului _____ Unde se ţine _____

Biroul de conferinţă sau numele agentului _____ Adresa şi telefonul _____

Programul sau titlul discursului _____

Data semnării contractului _____ Date biografice şi fotografii cerute _____

Durata programului _____ Ora şi data la care se ţine _____

Onorariul _____ Cum şi când să fie plătit _____

Cheltuieli care trebuie rambursate _____

Ora sosirii şi plecării _____

Cine face rezervări? Aeriene - Hotel _____

Vor fi necesare înlesniri de parcare? _____

Datele informative trimise de vorbitor după genul de public _____

Date informative trimise pentru orice fel de cerinţe _____

Repetiţii necesare _____ Cabine de îmbrăcare necesare _____

Echipament special necesar pentru sunete şi iluminare _____

Discursurile pot fi bătute la maşină? Înregistrate pe casetă video _____

Putem aranja interviuri pentru ziar sau la TV? _____

Va semna exemplare ale cărţii lui? _____

Va accepta vorbitorul o invitaţie la cină pentru seara dinaintea programului? _____

Numele şi adresele oricăror vorbitori, oaspeţi speciali pe care dorim să-i invităm oficial: __

_____

_____

_____

Există patru modalităţi de a te comporta cu un conferenţiar pentru a-l face pe acesta să iubească compania gazdă pentru totdeauna:

•Fă-i un program nu prea încărcat, astfel încât să nu fie nevoit să vorbească cu o mulţime de oameni înainte de intervenţia sa sau să trebuiască să răspundă la prea multe întrebări, riscând să-şi epuizeze vocea. Trebuie să i se rezerve un loc unde să se odihnească un anume interval de timp, o oră înainte de a apărea în faţa publicului.

•Tratează-l cu amabilitate tot timpul, inclusiv prezintă-l în mod corespunzător.

•Exprimă-ţi imediat aprecierea la adresa eforturilor sale (ideal printr-o scrisoare "scrisă" de C.E.O. a doua zi după prezentarea pe care a făcut-o), spunându-i cât a fost de nemaipomenit, mulţumindu-i şi felicitându-l pentru o treabă bine făcută.

• Plăteşte-l cu promptitudine. Este foarte important. Dacă are un agent, acesta primeşte banii, în general îşi ia procentajul care i se cuvine (10%, de cele mai multe ori) şi apoi trimite un cec conferenţialului cu restul de bani. Dacă nu există agent, cel mai elegant mod de a plăti conferenţiarul este să-i înmânezi un plic, conţinând cecul, în momentul plecării sale, la avion sau la tren. Menţionează că pentru cheltuielile de buzunar îi vor fi rambursaţi banii imediat, după primirea listei de cheltuieli şi a chitanţelor justificative. Oricărui vorbitor îi place să fie tratat în acest fel.

Lista de evidenţă a audiovizualului

Data evenimentului _____
Locul _____
Compartimentul care solicită _____
Compartimentul executivului răspunzător de eveniment _____ Nr. telefon _____
Dacă este mânuit de un profesionist din afara companiei _____ Nr. telefon _____
Numele companiei _____ Nr. telefon _____
Coordonatorul companiei _____
Numele oamenilor care mânuiesc proiectoarele _____
_____
Personalul care manipulează luminile _____
Personalul mânuieşte draperiile _____

	Necesarul pentru AV	*Timpul prezentării*
Vorbitor _____	_____	_____
Vorbitor _____	_____	_____
Vorbitor _____	_____	_____
Vorbitor _____	_____	_____
Vorbitor _____	_____	_____

(Etc.)

Numele electricianului _____
Numărul căilor de ieşire _____
Numărul şnururilor necesare _____
Monitoare TV cerute _____
Proiectoare: Tipuri _____ Poziţiile necesare _____
Număr _____
Becuri de proiector suplimentare _____
Indicatoare necesare _____
Ecrane portabile necesare _____ Planul camerei _____
Dimensiunea _____
Microfoane: Tipuri _____
Dimensiuni _____
Pupitre aflate în incintă _____ aduse _____
Dispozitive de proiecţie necesare _____
Verificare lumină şi microfoane _____
Apărătoare necesare _____
Tabele necesare _____ Cretă _____ Bureţi _____
Plăci de plută _____ Pioneze _____
Altele _____

Inventarul rechizitelor de birou pentru întrunire

Pentru înlesnirea pregătirilor, trebuie pregătită în avans o listă a rechizitelor necesare pentru fiecare cameră. Când acestea sunt împachetate, trebuie puse în cutii marcate cu numărul camerei. Lista trebuie pusă în interiorul fiecărei cutii. Inventarul poate include unele sau toate rechizitele ce urmează:

Maşini de scris; procesoare _____
Hârtie şi cele necesare _____
Maşini de multiplicat _____
Hârtie şi cele necesare pentru maşinile de multiplicat _____
Computer software _____
Casete video şi audio neînregistrate __
Calculator _____
Maşini de dictat cu bandă _____
Copii ale ordinii de zi _____
Copii suplimentare ale materialului de presă _____
Note pentru mesaje _____
Stilouri şi creioane ascuţite _____
Ascuţitori _____
Agrafe pentru hârtie _____
Clame de prins hârtia _____
Benzi opace _____
Scotch _____
Şnur sau sfoară _____
Efecte poştale sau mărci poştale _____
Radiere _____
Foarfece _____
Table portabile şi cretă sau table de plută şi pioneze _____
Capsator hârtie _____
Blocnotesuri pentru stenografiere ___
Rigle _____
Dosare _____
Caiete de notiţe: liniate şi neliniate _____
Mape legale _____
Formulare pentru notat diferite cheltuieli, bonuri pentru cheltuieli mărunte _____
Chitanţiere _____

Inventarul florilor

Florăria _____ Contact _____ Nr. telefon _____
Aranjamentul din perimetrul recepţiei _____
Buchete în apartamentul pentru oaspeţi _____
Buchete pentru camerele conducerii superioare _____
Buchete pentru camerele VIP-urilor
Aranjamente pentru tribună
Banchet #1 _____ Banchet #2 _____ Banchet #3 _____
Aranjamente de pus în vaze pe masă:
Masa de prânz prima zi _____ Banchet #1 _____
Masa de prânz a doua zi _____ Banchet #2 _____
Masa de prânz a treia zi _____ Banchet #3 _____
Masa de prânz a partenerilor de viaţă _____
Decorarea scenei: Aranjamente florale _____ Plante închiriate _____
Flori care să împodobească linia de primire de la recepţie _____
Flori la butonieră, pentru personal _____
Flori trimise acasă, după întrunire, vorbitorilor şi interpreţilor _____

Notă:

- Florarului trebuie să i se dea un buget ferm înainte de a începe să lucreze şi să folosească buchetul din mijlocul mesei, care trebuie pus pe masă de mai multe ori
- Florarul trebuie să asorteze culoarea florilor cu interiorul camerei care trebuie decorată
- Florile de pe estrade trebuie plasate destul de jos, astfel încât publicul să-i poată vedea uşor pe oaspeţii de la prezidiu
- Plantele înalte şi copăceii înfloriţi din ghivece pot fi aranjate în aşa fel încât să mascheze o scenă urîtă sau alte suprafeţe neprezentabile

- Niciodată nu-i trimite unei femei care conferenţiază un bucheţel de flori pentru corsaj; trimite-i flori pentru acasă

Raport evaluativ după întrunire

Evaluare *Comentarii*

Zgomot: _____
Starea camerelor: _____
Starea băilor: _____
Mânuirea bagajelor: _____
Serviciul în cameră: _____
Serviciul prin telefon: _____
Serviciul la masă: _____
Condiţia apartamentului pentru oaspeţi: _____
Condiţia camerei presei: _____
Suportul audiovizual: _____
Capacităţile computerului: _____
Cooperarea cu biroul principal: _____
Calitatea aerului: _____
Aerisirea încăperilor: _____
Sistemul de aer condiţionat sau de încălzire: _____
Condiţia bazelor sportive: _____
Profesioniştii şi antrenorii pentru facilităţile sportive: _____
Calitatea mâncării: _____
Calitatea băuturilor: _____
Condiţia terenurilor: _____
Eficienţa locurilor de parcare: _____
Situaţia autobuzelor şi a serviciului care asigură naveta: _____
Altele: _____

Notă: Un bun director de întrunire face imediat după acţiune evaluarea, pentru că detaliile se uită cu fiecare zi care trece. Acest raport îi va fi folositor când se va pune problema refolosirii sau nu a unui loc sau pentru a da o recomandare favorabilă sau nefavorabilă unei alte companii care ar dori să folosească posibilitatea respectivă.

Mulţumiri

Această pagină trebuie rezervată de către organizatorul întâlnirii pentru a scrie numele, titlul şi adresa tuturor celor care au o legătură cu evenimentul, care au făcut o treabă bună şi care merită o scrisoare de mulţumire, care, de fapt, este o scrisoare de recomandare pentru persoana respectivă. Laudele aduse angajaţilor deosebiţi sunt, în general, înregistrate în dosarele lor şi pot avea ca rezultat promovări mai rapide şi o mai mare siguranţă în slujbă.

Pe această pagină trebuie scrise nu numai numele persoanelor cărora li se aduc mulţumiri şi laude, ci şi data când a fost, de fapt, trimisă scrisoarea. Mulţumirile prompte pot duce la o primire călduroasă cu altă ocazie similară. Proprietarii şi personalul unui hotel, centru de conferinţe sau altor locuri de întrunire judecă o

companie prin prisma comportamentului angajaţilor ei, dar mai ales prin prisma manierelor directorului întrunirii şi personalului acestuia.

Scrisoare către directorului general al locului unde s-a desfăşurat acţiunea

Această pagină trebuie să conţină o copie a scrisorii trimisă directorului general al locului respectiv, în care el sau ea este complimentat şi în care i se aduc mulţumiri, dar în care este exprimată eventual şi o critică constructivă. Destinatarul acestei scrisori are nevoie de ea pentru ca să-şi facă munca mai bine şi să determine mai multe companii să-i solicite serviciile. Critica bună este cea mai mare favoare pe care o poţi face directorului unui stabiliment.

Manierele la întrunirile departe de casă

O companie îşi arată clasa - sau lipsa ei - prin felul în care organizează şi invită oamenii la evenimente sponsorizate de ea, fie că e vorba de o conferinţă, discuţii libere la masa rotundă pe o anumită temă (grupuri de 4-5 persoane) sau seminarii.

Participanţii la aceste conferinţe, întruniri şi seminarii îşi arată şi ei clasa - sau lipsa ei - prin comportamentul lor, prin modul în care acţionează şi prin felul în care urmează atât regulile stabilite de întrunire, cât şi toate celelalte reguli subtile "nescrise". Cele din urmă implică atitudini faţă de zgomot, dezordine, întârziere, lipsă de cooperare şi, în general, faţă de comportarea egoistă. De exemplu, o conferinţă sau o întrunire nu este locul potrivit ca să bei în mod excesiv sau să consumi droguri. Folosirea substanţelor ţinute sub observaţie şi control (inclusiv drogurile) sau excesul de alcool poate produce pagube materiale şi morale hotelului şi poate sabota complet obiectivele şi scopurile urmărite de sponsorii întrunirii.

Compania se preocupă de bunele maniere angajând un personal meticulos în organizarea şi realizarea întrunirii; participanţii îşi manifestă manierele prin comportarea lor din timpul întrunirii. Dar mai intră în joc şi un al treilea factor în realizarea succesului evenimentului - atitudinea şi performanţa personalului de conducere al locului de desfăşurare. Dacă toţi aceşti trei factori funcţionează, întrunirea va fi un succes sigur.

Când soţii şi soţiile vin împreună

Când sunt prezente cupluri şi întrunirea durează trei sau mai multe zile, este foarte inteligent din partea organizaţiei care sponsorizează să programeze activităţi speciale pentru ei. Într-o staţiune cu disponibilităţi sportive este necesară organizarea unei singure activităţi, de preferat dimineaţa, devreme. Un bun orator este întotdeauna un avantaj; orele de exerciţii şi competiţii sportive pentru femei sunt, în general un succes; bărbaţii se pot sustrage de la o asemenea activitate, dacă doresc, dar numai atunci când sunt în minoritate.

Vremurile "femeiuştilor dulci", când se trimiteau bilete de dragoste, au trecut; femeile din ziua de azi, chiar dacă sunt casnice, sunt implicate în proiecte majore şi nu le place să fie supuse unui program prostesc. Dacă se planifică un prânz, cu

prezentare de modă, ar fi bine să fie unul bun, rapid, iar partea de prezentare a modei să fie făcută repede şi cu profesionalism.

Ceea ce este important pentru soţie este să i se permită să participe la cât mai multe sesiuni cu soţul ei, în mod special când vorbitorul invitat este cineva care transmite un mesaj important. De asemenea, este extrem de important pentru cariera unui membru al executivului ca partenerul lui sau al ei să înţeleagă afacerile companiei şi problemele acesteia şi să fie capabil(ă) să vorbească în cunoştinţă de cauză despre ea, să ofere un suport, precum şi idei bune când acestea se dovedesc a fi folositoare.

Partenerul de viaţă care rămâne izolat de restul mulţimii nu-i face nici un serviciu soţului sau soţiei lui; membrul respectiv din executiv devine victima nevinovată a unui partener de viaţă snob, care se consideră "prea bun faţă de ceilalţi", o situaţie care cu greu ar putea ajuta carierei cuiva. Am un sfat bun pentru partenerul de viaţă, care este plictisit de conversaţiile şi întrunirile soţiei sau soţului şi, în consecinţă, nu vrea să participe cu entuziasm: să rămână acasă.

Cât despre "prietenii" care îi însoţesc pe membrii executivului - colegi de apartament, iubiţi sau doar simple aventuri - au şi ei o responsabilitate: să se îmbrace discret şi să joace rolul la fel ca toţi ceilalţi. Nu trebuie să se facă discriminări la o întrunire. Când recreerea şi amuzamentul constituie o parte majoră pe ordinea de zi, o persoană singură poate veni cu un prieten, dar amândoi trebuie să fie atenţi la comportare. De exemplu, prietenilor lor nu le pasă că ei împart acelaşi pat, dar soţiei preşedintelui s-ar putea să-i pese foarte mult. Modul prin care poţi preveni bârfa, care poate deveni răutăcioasă şi jignitoare, este de a avea fiecare camere separate, chiar dacă aceasta înseamnă că membrul respectiv din executiv va trebui să plătească pentru ambele camere. Nu este dificil pentru un cuplu să ocupe două camere separate pe durata întrunirii. În fond şi la urma urmei, au alte 363 de nopţi pe care le pot petrece împreună.

Şedinţa anuală a acţionarilor - cea mai importantă mare întrunire a unei companii

Întrunirea publică anuală a unei corporaţii pe acţiuni se desfăşoară în mod tradiţional atunci când este completat bilanţul de sfârşit de an, când directorii sunt din nou votaţi pentru fotoliile de prezidiu (sau nu, după cum este cazul) şi când acţionarii au posibilitatea de a propune schimbări şi de a critica, de a pune întrebări sau a aplauda hotărîrile conducerii luate în anul precedent.

Chiar şi consiliul de administraţie al unei mici companii trebuie să aibă în vedere şedinţa anuală ca pe o posibilitate importantă de a comunica nemijlocit cu publicul cel mai important al companiei - proprietarii, acţionarii. Şedinţa este o posibilitate de a prezenta conducerea ca fiind un grup puternic, competent şi inteligent, demn de încrederea acţionarilor şi de banii lor.

Câteodată, când compania are de făcut o expunere mai mare, se cuvine să fie prezentat un mic "spectacol" - cum ar fi proiectarea de fotografii înainte de intrarea în şedinţă, un mic film, o prezentare scurtă sau chiar un spectacol de modă (dacă afacerile au legătură cu moda). Un grafic eficace sau o prezentare audiovizuală, dacă este bine făcută, impresionează acţionarii şi-i influenţează, făcându-i să susţină planurile companiei.

Timpul şi locul şedinţei anuale

De regulă, şedinţa anuală se ţine o dată pe an, îndeosebi primăvara, într-un moment rezonabil după încheierea anului fiscal. Poate fi ţinută la orice oră, dar cea mai bună oră pentru o şedinţă publică este dimineaţa sau la începutul prânzului, pentru a lăsa suficient timp presei să scrie un articol înainte ca ziarul să intre la tipar cu veştile pentru ziua următoare. Statutul companiei sau regulile interne stabilite hotărăsc locul, data şi durata şedinţei. Sunt invitaţi să participe la şedinţă toţi acţionarii. Multe companii le dau liber angajaţilor pentru a participa la şedinţă. La urma urmei şi ei sunt acţionari.

Şedinţa poate fi ţinută oriunde - la sediu sau într-o fabrică, la un patinoar, în sala de bal a unui hotel sau pe un stadion de fotbal.

Multe companii îşi ţin "spectacolul în turneu" departe de oraşul în care se află sediul corporaţiei şi într-o zonă unde au uzine, sucursale sau doar un număr mare de acţionari pensionari. Participarea este întotdeauna numeroasă în oraşele cu o mare proporţie de pensionari.

Compania trebuie să fie sigură că imaginea ei este bine prezentată atunci când este în turneu, departe de casă, ca o organizaţie eficientă şi bine condusă. Trebuie, de asemenea, să fie gata să demonstreze că are o puternică conştiinţă socială, care poate fi exprimată prin declaraţiile de presă, aranjamentele şi discursurile de pe podium.

Comunicarea detaliilor

Consiliul de administraţie (CEO) al unei companii publice trebuie să trimită, cu maximum de operativitate, o înştiinţare asupra şedinţei anuale tuturor acţionarilor, cu minimum 3-4 săptămâni înainte, pentru a putea primi un răspuns documentat şi util. (Preşedintele unei companii particulare nu are puteri limitate, cum este cazul Consiliului de administraţie al uneia pe acţiuni. Conducătorul unei companii poate schimba data unor şedinţe anuale, telefonând pur şi simplu colegiului de administraţie format de obicei din prieteni apropiaţi şi membri ai familiei, stabilind o altă dată.)

Anunţarea şedinţei este însoţită de declaraţia de împuternicire (un document care comunică locul şi data când va fi ţinută întrunirea şi ce proiecte vor trebui votate), plus un buletin de vot pe care-l vor completa anticipat acţionarii care nu vor fi la şedinţă. Fiecare trebuie să completeze şi să expedieze imediat aceste buletine de vot. Când există observaţii scrise pe aceste buletine, direcţia trebuie să le noteze cu grijă, pentru că deseori ele sunt revelatoare pentru direcţia din care bate vântul în privinţa sentimentelor faţă de conducere. De asemenea, aceste observaţii lasă să se întrevadă problemele ce pot să apară la şedinţa anuală.

O corporaţie de succes este o corporaţie sensibilă. Ea ascultă vocea acţionarilor săi.

Dacă locul unde se va ţine şedinţa anuală este greu de reperat, este înţelept ca alături de documentele trimise acţionarilor să existe şi o hartă. Unele companii includ şi un program al şedinţei; altele dau chiar şi meniul prânzului dacă acesta va fi oferit gratuit acţionarilor.

Expedierea raportului anual

Raportul anual al unei corporaţii trebuie pus la poştă şi expediat cu un anumit timp înainte de şedinţă. (Uneori este trimis împreună cu anunţarea şedinţei anuale.) De obicei, se exercită o presiune îngrozitoare asupra personalului însărcinat cu întocmirea raportului, specialişti atât din interiorul companiei, cât şi din afară. Schimbările în ultimul moment sunt inevitabile. Consiliul de administraţie trebuie să fie înţelegător cu personalul în privinţa acestui stres. Gesturi ca aranjarea unei cine bine pregătită şi oferită celor care muncesc până târziu şi asigurarea transportului lor, seara târziu, cu taxiuri dacă nu au maşină sunt foarte apreciate de oricine lucrează la un raport.

O altă persoană care merită consideraţie în această perioadă este secretara corporaţiei, a cărei muncă implică responsabilităţi colosale. Raportul anual trebuie să reflecte că este pe deplin familiarizat(ă) cu legile statului din care face parte corporaţia, cu cerinţele bursei de valori care înregistrează efectele companiei, cu deciziile permanente ale consiliului directorilor legate de şedinţele anuale, cu statutul companiei şi bineînţeles, cu regulile şi reglementările stabilite de Comisia de Securitate a Efectelor Companiei. Un industriaş de frunte, care face parte din 5 consilii de administraţie, cumpără personal, în fiecare an, câte un cadou de Crăciun pentru fiecare dintre secretarele corporaţiei la care lucrează; la fiecare cadou se adaugă un bilet de mulţumire, scris de mână.

Asigurarea securităţii şi confortului

Securitatea este factorul principal de care trebuie să se ţină seama la alegerea locului pentru şedinţa anuală a unei corporaţii mari.

Compania trebuie să se asigure că sunt admişi numai acţionarii şi reprezentanţii presei invitaţi. Expedierea biletelor pentru acţionari, atunci când aceştia le cer, este un mijloc de a controla situaţia. Este mai bine să existe două locuri diferite pentru ţinerea unei şedinţe mari atunci când se folosesc bilete de acces - unul pentru acţionarii care au venit cu bilete şi altul pentru aceia care au uitat sau nu s-au deranjat să le ceară în scris companiei. Durează ceva timp verificarea actelor de identitate şi găsirea pe lista cu numele acţionarilor. Cineva din personalul legal trebuie să stea la biroul "fără bilete", şi anume dintre reprezentanţii companiei, înzestraţi cu o supradoză de răbdare şi bune maniere. (Cei care nu trebuie lăsaţi să participe la şedinţă trebuie să fie trataţi cu multă diplomaţie.) Compania trebuie să-şi folosească oamenii cei mai manieraţi pentru salutarea acţionarilor, colectarea buletinelor de vot, înregistrarea acestora şi îndeplinirea altor sarcini din cadrul şedinţei.

Calitatea iluminatului, a ventilaţiei, a toaletelor şi a posibilităţilor de prim-ajutor sunt alţi factori importanţi care trebuie avuţi în vedere la pregătirea şedinţei anuale. Sistemul sonor este de o importanţă capitală. Nimic nu-l face pe un acţionar mai ostil decât imposibilitatea de a auzi ce se vorbeşte. Tocmai de aceea şi vorbitorii desemnaţi de companie trebuie să vorbească clar când sunt la microfon. Directorii care propun rezoluţii ce urmează a fi votate trebuie să se întoarcă înspre public şi să i se adreseze cu o voce limpede, bine direcţionată, astfel încât toată lumea să audă fiecare cuvânt al rezoluţiei.

Confortul acţionarilor tinde să le afecteze atitudinea faţă de companie. Un membru din Consiliul de administraţie povestea că i s-a defectat iremediabil aparatul de aer condiţionat în ziua şedinţei anuale, cea mai caldă zi a anului. Un angajat foarte descurcăreţ s-a dus repede la mai multe magazine la care se găsea marfa orientală şi s-a întors cu 300 evantaie de hârtie, pictate manual. Membrul Consiliului de administraţie şi-a început şedinţa într-o cămaşă cu mânecile suflecate, cerând scuze pentru lipsa de confort a camerei. Le-a spus celor din public "să-şi dea jos de pe ei cât mai multe haine îndrăznesc" şi, scoţându-şi cravata, a început el însuşi să-şi facă vânt cu evantaiul, comentând cu glas tare:

"Nu aş fi crezut vreodată că voi folosi un evantai pictat cu fecioare ce-şi sorb ceaiul lângă un heleşteu cu lotuşi, mai ales la o şedinţă cu acţionarii mei".

Publicul a râs şi, după ce şi-a examinat evantaiele, a început să-şi facă vânt cu putere. Întreaga şedinţă s-a desfăşurat în linişte, într-o unduire generală de evantaie.

Păstrarea ordinii

Au trecut de mult zilele când corporaţiile pe acţiuni considerau şedinţa anuală ca o simplă şi neinteresantă serie de aprobări ale iniţiativelor Consiliului de administraţie. Forţele combatante pe tărâm social par să se fi alăturat definitiv corporaţiei şi refuză să se evaporeze, fie că e vreme bună sau rea.

De aceea, corporaţiile nu pot rămâne departe de nevoile şi aspiraţiile sociale ale asociaţilor. Probleme ca manevrarea minorităţilor, investiţii în ţări controversate şi consideraţii asupra mediului înconjurător se vor ridica întotdeauna în această epocă. Când întrebările sunt puse cum se cuvine, o companie trebuie să fie înţelegătoare, nu antagonică. Şedinţa anuală nu este un prilej pentru decepţii confuze. Consiliul de administraţie trebuie să fie ferm şi atât el, cât şi acţionarii trebuie să-şi respecte unii altora părerile.

Multe corporaţii, în ziua de azi, dau unui vorbitor un timp limită (5 minute) pentru a-şi expune punctul de vedere. Dacă lucrătorii companiei sunt bine organizaţi şi specializaţi în organizarea desfăşurării şedinţei, totul va fi cum trebuie. S-ar putea ca întrebările să fi fost puse dinainte, o dată cu confirmarea participării, oferind în acest fel destul timp Consiliului de administraţie pentru a pregăti răspunsurile necesare. Dacă un acţionar este indisciplinat şi nerezonabil, de obicei, presiunea colegilor în timpul şedinţei îl disciplinează mult mai bine decât ar putea-o face preşedintele.

Uneori puţină inventivitate este folositoare, dacă situaţia economică nu permite prea mult buzunarului companiei şi al acţionarilor. Un cadru din executiv, înzestrat cu simţul umorului, a încheiat o dată o şedinţă anuală deosebit de decepţionantă (fiindcă fuseseră numai veşti proaste), adresându-se acţionarilor, în timp ce se ridicau să plece, cu zâmbetul pe buze: "Cu siguranţă că nu vreau ca cineva de aici să părăsească această sală fără să simtă mirosul de trandafir al companiei noastre". Acestea fiind spuse, personalul corporaţiei a scos de sub mesele de la intrare imense buchete de trandafiri proaspeţi, dăruind fiecărei persoane câte o floare plăcut parfumată.

Trebuie că acest procedeu a mers, de vreme ce toţi au părăsit încăperea cu zâmbetul pe buze.

Ordinea de zi

Majoritatea şedinţelor anuale se desfăşoară după un model general. Secretarul şef al executivului se prezintă, declară şedinţa deschisă şi, după ce prezintă funcţionarii şi directorii companiei, expune un fel de "raport al preşeditelui", oprindu-se asupra principalelor evenimente din anul precedent.

O copie, bătută la maşină sau xeroxată, cu ordinea de zi trebuie să fie pusă pe scaunul fiecărei persoane, înainte de începerea şedinţei.

O mostră a unei ordini de zi tipice este următoarea:

ORDINEA DE ZI:
ŞEDINŢA ANUALĂ A ACŢIONARILOR
(Data şi ora)
(Localitatea, statul)

1. Declararea deschiderii şedinţei.
2. Prezentarea directorilor, directorilor emeriţi, funcţionarilor etc.
3. Informare generală asupra şedinţei.
4. Prezentarea acţionarilor prezenţi sau a reprezentanţilor acestora.
5. Includerea în procesul verbal al şedinţei: a declaraţiei (sub jurământ) a agentului de transfer responsabil cu expedierea raportului anual, anunţarea organizării şedinţei şi declaraţia de împuternicire, împuternicirea şi câte o copie din fiecare.
6. Convocatorul şedinţei din care rezultă dacă există în sală numărul necesar de membri.
7. Citirea procesului verbal al şedinţei anuale a acţionarilor, de anul trecut, de către secretara corporaţiei.
8. Unul din directori poate cere trecerea peste procesul verbal al şedinţei acţionarilor de anul trecut.
9. Raportul Consiliului de administraţie.
10. Vizionarea unui film de producţie recentă.
11. Stabilirea supraveghetorilor pentru alegeri.
12. Propuneri pentru funcţiile de directori.
13. Achiziţii noi, propuse pentru votare.
14. Ratificări şi aprobări propuse pentru votare de către cenzorii financiari ai companiei (pentru anul fiscal următor).
15. Orice altă afacere care trebuie discutată.
16. Întrebări.
17. Suspendări.

Noul val: şedinţa electronică

Cea mai mare noutate în lumea întrunirilor este teleconferinţa video sau şedinţa electronică. Pentru cei care-şi pot permite, acest sistem economiseşte timpul folosit pentru călătorie al unui membru din executiv, notele de plată la hotel şi cheltuielile pentru masă, ca să nu mai vorbim de stresul de a ajunge la timp la aeroport şi a conduce o maşină pe distanţe foarte mari.

În august 1979, Ciba-Geigy a ţinut într-o întragă oră o emisiune interactivă prin

intermediul electronicii în care a transmis "Raportul mondial al soiei" prin satelit, de la Asociaţia americană a soiei, care s-a reunit într-un hotel din Atlanta. 1 500 de oameni s-au înghesuit în sala de festivităţi pentru a vedea acest segment de transmitere al Statelor Unite, segment alimentat pe 4 căi, primul încercat vreodată, transmis între patru ţări, chiar de reţelele comerciale. Echipa care se ocupa de relaţiile cu publicul, care a realizat această transmisie simulată, era pregătită pentru ce-i mai rău, ca de exemplu pierderea imaginii de pe ecran. (În cazul în care se întâmpla acest lucru, ei erau pregătiţi cu stop cadre ale participanţilor care urmau să rămână pe ecran în timp ce transmisia continua doar pe cale auditivă. Pe de altă parte, dacă satelitul care reda partea auditivă se strica temporar, erau pregătiţi cu linii telefonice pentru ca vocile să poată fi auzite.) În acea zi se făcea istorie în Atlanta şi, după cum remarca un invitat, "totul numai pentru o sacoşă cu soia".

În februarie 1983, ziarul Newsweek a marcat şi el o pagină de istorie când Jack Hilton, conducătorul unei firme de consultaţii video de mare succes din New York, a transmis o conferinţă video de 70 de minute cu ocazia sărbătoririi celei de-a 50-a aniversări a ziarului. De data aceasta, patru oraşe de pe trei continente au fost puse în legătură simultan (Washington, Londra, Zürich şi Tokyo), în timp ce publicul, format din oaspeţi distinşi ai ziarului Newsweek, privea pe ecrane mari şi auzea mesajul preşedintelui Reagan, punând apoi întrebări pe marginea problemelor mondiale editorilor ziarului Newsweek. Conferinţa video a fost realizată doar în câteva săptămâni, în ciuda copleşitoarelor probleme de logistică (ca, de exemplu, instruirea celor însărcinaţi cu transmisia care încercau să păstreze echilibrul în cele patru sedii ale hotelurilor de unde se transmitea) şi protocol, precum şi de luare a măsurilor de securitate inerente în orice situaţie în care erau implicaţi şi şefi de stat.

Conferinţa video este un instrument perfect pentru comunicarea aceluiaşi mesaj simultan unui public situat în numeroase localităţi. Funcţionarul şef de finanţe de la W.R. Grace, de exemplu, prezintă anual o conferinţă video adresată grupurilor de cercetători ai securităţii, în nouă oraşe din nord-est. El îşi petrece doar două ore în faţa camerei video pentru a realiza acest lucru, în loc să se grăbească sub stres să ajungă în câte două oraşe diferite în fiecare zi, timp de câteva zile, într-o mare încordare.

Unele corporaţii, ca ARCO, folosesc acest sistem pentru a facilita comunicarea în cadrul reţelei lor de birouri şi posturi pe tot cuprinsul ţării. Altele, ca Ford Motor Company, folosesc teleconferinţe pentru a face spectaculoasa lansare a unui nou produs în prezenţa jurnaliştilor şi a comercianţilor din lumea întreagă. Din nefericire, din cauza cheltuielilor, proprietarul unei mici afaceri trebuie să privească cu melancolie sistemul de teleconferinţa de astăzi tot aşa cum un proaspăt licean visează să aibă un Rolls ca primă maşină. Există mai multe feluri de teleconferinţă: numai audio sau însoţită de grafice prezentate în stop-cadre de imagini video, până la filmul video în mişcare. Poţi selecta un sistem oferind o copie video neprelucrată sau una cu grafice simultane între localităţile implicate în conferinţă. În fiecare an apar noi tehnologii avansate, dar această tehnică nu va înlocui niciodată nevoia fiinţei umane de a comunica în aceeaşi încăpere.

Robert Keiper (vezi revista Corporate Design , mai-iunie 1983) sfătuieşte conducerea să studieze mai degrabă metodele de comunicare ale unei companii, decât metodele sale de călătorii, înainte de a se decide asupra sistemului de teleconferinţă care va fi instalat. Conducerea trebuie să înţeleagă, de exemplu:

- care sunt cele mai vizitate oraşe;
- de ce se fac acele călătorii;
- câţi oameni participă;

- câţi ar trebui să participe, dar nu pot din cauza muncii presante din cadrul birourilor lor;
- ce genuri de materiale grafice sunt folosite;
- ce evenimente anume trebuie considerate cu adevărat demne de o teleconferinţă;
- care dintre membrii din corpul executiv, care călătoresc, ar deveni cei mai buni consumatori de teleconferinţă datorită naturii muncii lor.

Cum arăţi şi cum te porţi în faţa camerei video

Mulţi oameni de afaceri încep să se îngrijească de aspectul lor în faţa camerei de luat vederi după ce au văzut cum arată şi ce timbru vocal au în reluările video. O persoană poate observa că trebuie să vorbească pe un ton mai cald şi mai sincer şi că trebuie să se exprime mai succint şi cu mai multă eficacitate. Când oamenii se uită la tine, peste masa de conferinţă, ei văd un singur lucru; când camera video ia un prim-plan, ei văd alt lucru pe ecran.

Amănuntele bătătoare la ochi sunt amplificate, prin lentila camerei video, în mod radical. Un costum de stofă ecosez ţipător "va urla" în faţa camerei de luat vederi. O femeie machiată neuniform va arăta pe monitor ca un clovn. Un bărbat care lucrează în sud-est şi care nu poartă niciodată o haină sau o cravată la slujbă va realiza dintr-o dată că s-ar putea să pară extrem de nepotrivit îmbrăcat colegilor lui din nord, care stau în jurul mesei îmbrăcaţi uniform, în costume în dungi închise la culoare.

Desigur, într-o conversaţie audiovizuală iese în evidenţă imediat orice lipsă de maniere. Persoana care întrerupe prea des, persoana care ridică vocea, persoana care se strâmbă în spatele celui care vorbeşte, persoana care mâzgăleşte într-o manieră ce denotă plictiseală - toate acestea camera video le prinde şi le amplifică aproape cu răutate. Camera video amplifică, de asemenea, ticurile nervoase ale cuiva - studierea unghiilor, netezirea părului, curăţarea unghiilor, roaderea braţului de la ochelari sau, cu mult mai rău, mestecarea de chewing-gum.

Imaginea optimă prinsă pe monitor este aceea a unei persoane relaxate, autoritare, a unei persoane cu simţul umorului. Oamenii care nu sunt obişnuiţi cu televiziunea sunt, la început, destul de rigizi şi, probabil, excesiv de ceremonioşi. Vocea lor poate părea forţată sau prea puternică. Râsul poate fi foarte artificial. S-ar putea să-şi schimbe permanent poziţia, lucru care distrage foarte mult atenţia celor care privesc. După ce se privesc ei înşişi pe reluări şi după ce exersează ca să pară mai relaxaţi, aceiaşi oameni descoperă că pot arăta bine şi se pot comporta bine în faţa monitorului. Rapida creştere a folosirii teleconferinţei va însemna din ce în ce mai mult pentru consultanţii de televiziune care produc întâlniri şi îi învaţă pe participanţi cum să se relaxeze în faţa camerelor.

Creşterea folosirii tehnicilor electronice în întâlniri nu trebuie considerată ca o ameninţare pentru poziţia directorului organizator de şedinţă, ci mai degrabă un instrument folositor pentru a face această muncă mai uşoară.

Indiferent de rolul pe care sistemul de teleconferinţe s-ar putea să-l aibă în viitor, el nu va putea să înlocuiască niciodată importanţa călătoriilor pentru educaţia şi dezvoltarea personală a cuiva, aşa cum nu va înlocui vreodată importanţa întâlnirilor sub acelaşi acoperiş, nu numai ca să schimbe idei, ci şi ca să se împrietenească. Un sistem electronic nu va fi niciodată în stare să consoleze, să flateze, să inspire, să amuze şi să se descurce cu emoţiile unei fiinţe umane, ca o altă fiinţă umană!

7

O bună comunicare vizuală: papetăria de birou, cărţile de vizită de afaceri şi înştiinţări

Felul în care se prezintă grafica unei companii este un lucru demn de atenţia conducerii, fie că este vorba de un gigant mulţinaţional sau de o companie locală foarte mică. Grafica unei companii este unul dintre cele mai importante aspecte ale imaginii sale integrale. Designul mărcii fabricii, simbolului sau al însemnului, alegerea copertei şi a culorilor folosite la comunicările tipărite şi felul în care este utilizat însemnul pe toate comunicările exterioare reprezintă, laolaltă, „faţa publică a companiei". O grafică bună dă unei companii „clasă".

Corporaţiile mai însemnate ale Americii anilor 1960, inspirate de noii pionieri ai unui bun design în afaceri (Container Corporation, I.B.M, Champion International etc.) au început să-i păstreze pe consultanţi (cum ar fi Paul Rand) şi firme care au ajuns să se identifice cu corporaţia (cum ar fi Lippincott & Margulies, Chermayeff & Geismar şi Anspach Grossman Portugal, Inc.) ca să le ajute să-şi creeze aspectul lor exterior. Aspectul exterior trebuie să se schimbe cu timpul, o dată cu diversificarea şi extinderea corporaţiilor. Designerii aspectului grafic sunt, în ziua de azi,

permanent ocupaţi cu schimbările designului, care pot fi foarte subtile (ca, de exemplu, schimbarea culorii unui fond sau o uşoară modificare în stilul tipăriturii); pe de altă parte, schimbările de grafică pot fi originale, începând cu o schimbare de nume, ca atunci când ESSO a devenit EXXON şi First National Bank a devenit Citibank. Grafica se schimbă, de asemenea, şi când se unesc companiile. Designul siglei unei entităţi noi, realizate prin fuziune, este una dintre cele mai importante decizii care trebuie luată într-o primă etapă, din cauza efectului pe care trebuie să-l aibă asupra aspectului exterior şi asupra vânzărilor.

O dată făcut designul siglei unei companii, trebuie făcute foarte multe implementări. Noile elemente ale siglei trebuie introduse în toate formulele vizuale ale companiei, care într-o corporaţie vastă pot include: firme gigantice deasupra fabricilor; desene pe ambele părţi ale avioanelor, camioanelor şi turnurilor de apă ale corporaţiei; şi elementele designului de pe antete, cărţi de vizită de afaceri, invitaţii, facturi şi blocnotesuri (care vor fi comandate) până la designul invitaţiei companiei, al campaniilor publicitare şi al efectelor poştale. Un director de grad mediu s-ar putea chiar să se trezească făcând parte din comitetul companiei pentru vizionarea şi aprobarea unei noi sigle.

Dacă părăseşte lumea corporaţiei şi începe o afacere pe cont propriu, va înţelege imediat importanţa imaginii grafice pe care trebuie s-o proiecteze acum pentru noua lui companie. Cu alte cuvinte, conştiinţa unui design grafic bun, care-şi face observată prezenţa (sau absenţa) oriunde în afaceri, constituie o comoară pentru orice membru din executiv, în orice etapă a carierei s-ar găsi el.

Articole de papetărie

Cu cât o întreprindere este mai rafinată şi cu cât un cadru executiv are mai mult succes, cu atât devine mai mare „fişetul" lui cu articole de papetărie. El începe cu folosirea hârtiei imprimate conform regulamentelor companiei, apoi îşi croieşte drum până la un nivel superior sau de vicepreşedinte şi începe să folosească aceeaşi hârtie cu antet, folosită de Consiliul administrativ.

Dacă este avocat sau bancher, poate folosi hârtie cu antet într-o măsură mai mică, atunci când are de-a face cu clienţi importanţi. În orice caz, dacă conducerea companiei lui îi încredinţează un bun design, atunci toată papetăria de birou este stabilită cu grijă, potrivit unui manual, fie că lucrează la sediul corporaţiei din Omaha sau într-o sucursală a biroului din Singapore. Cu programul identităţii companiei, care a fost deja hotărît şi care a fost descris în nenumărate memorii, directorul tânăr nu are de luat nici o hotărîre în ceea ce priveşte papetăria companiei.

Când va ajunge la gradul de director de rang superior (fiind implicat în proiectele comunităţii şi având o viaţă socială importantă) el va putea să-şi comande (şi să plătească) propria lui papetărie de afaceri, care să fie la fel cu cea folosită de întreprinzător (vezi „Nevoile de început şi permanente de hârtie pentru întreprinzători").

Cum se pliază corect materialul pentru a-l introduce într-un plic: un simplu exerciţiu de design

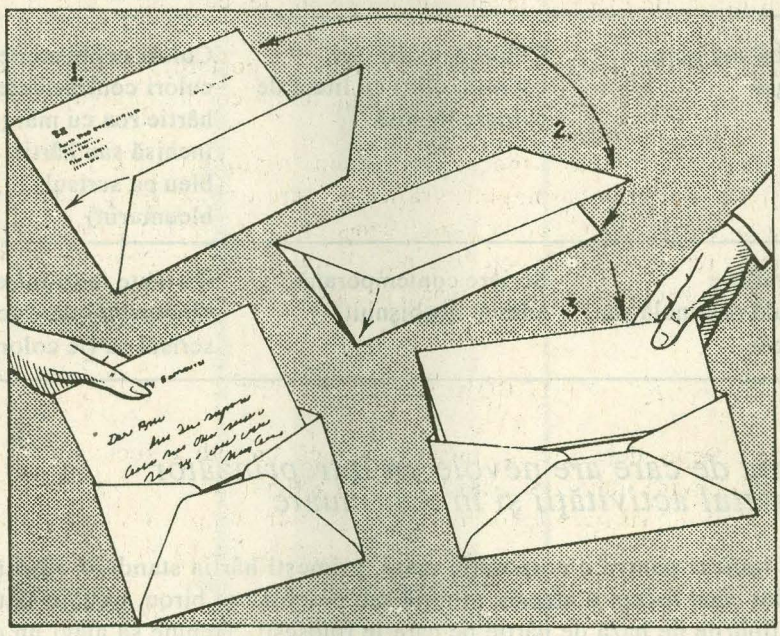
Imaginea companiei poate fi distrusă în parte de ceva atât de neînsemnat ca plierea de mântuială a scrisorilor companiei când sunt introduse în plicuri. Dacă designul

nu are o schemă neobişnuită, acesta este modelul clasic de strângere şi introducere a unei bucăţi de hârtie într-un plic orizontal:

1. Îndoaie partea de jos a unei foi până la o linie, la aproximativ 1/3 din foaie, considerată de jos în sus.

2. Apoi ia partea de sus şi îndoaie-o până ce întâlneşte partea de jos a hârtiei împăturite, astfel împărţind hârtia în trei părţi egale, îi dai o formă care trebuie să alunece uşor de la dreapta la stânga, în partea din spate a plicului, când este ţinut pe verticală înspre tine.

3. Dacă bagi o bucată de hârtie mai pătrată (ca o carte de vizită sau o notă împăturită) într-un plic, introdu-o cu partea pe care este scrisul, partea nescrisă fiind cea care atinge spatele plicului, astfel încât atunci când este scoasă afară să se poate citi mesajul pe loc, fără măcar să întorci bucata de hârtie.



Articolele de papetărie trebuie să reflecte corect imaginea companiei

Orice lucru expediat de un membru în executiv îl reflectă în mod absolut atât pe el, cât şi imaginea companiei, incluzând:

- Calitatea scrisului şi exprimarea mesajului său;
- Calitatea hârtiei folosite pentru comunicarea respectivă;
- Calitatea designului grafic;
- Caracterul îngrijit al textului bătut la maşină.

O companie trebuie să ştie ce fel de imagine vrea să aibă şi trebuie să facă orice, pentru ca toate comunicările sale să reflecte această imagine. Tabelele următoare arată cum poate papetăria folosită de o companie să-i reflecte imaginea în trei categorii de afaceri.

	Afacere conservatoare	*Privire contemporană*	*Imagine la modă*
	Bănci, companii farmaceutice, companii de asigurări, agenţii de schimb, avocaţi, doctori, contabili, editori de manuale etc.	Automobile, computere şi industrii de mobilier pentru case, firme de design, agenţii de reclamă şi companii de comunicaţii; cluburi de sănătate; restaurante etc.	Comerţ cu amănuntul, industria de textile, confecţii de bărbaţi şi de damă, saloane de coafură, cosmetică şi industria de parfumuri etc.
Hârtie	Calitatea bună a hârtiei, nu contează structura	Calitatea bună a hârtiei, cu structură deosebită	Calitatea bună a hârtiei cu sau fără curiozităţi în structură
Culori	Hârtie albă sau ocru; litere negre	Culori fumurii (gri, cafeniu, oliv) cu litere de culoare închisă	Culori neobişnuite sau culori contrastante (ex. hârtie roz cu margine închisă sau hârtie bleu cu scrisul bleumarin)
Caractere	Dactilografiere tradiţională originală sau latina veche	Scriere contemporană adesea neobişnuită	Distanţe mari între rânduri; moda este ca scrisul să fie colorat

Papetăria de care are nevoie un întreprinzător la începutul activităţii şi în continuare

Când lucrezi pentru o corporaţie mare, primeşti hârtia standard oferită pentru folosire, dar când începi o afacere proprie sau deschizi un birou, trebuie să te decizi care sunt tipurile de bază de hârtie pe care le foloseşti. Trebuie să alegi un designer (în majoritatea oraşelor mari există numeroase firme de design bun şi consultanţi grafici independenţi). Unii tipografi au designeri foarte capabili, dar unii nu au şi rezultatul este vizibil.

Printre deciziile pe care trebuie să le iei cu designerul în legătura cu hârtia ta sunt şi acestea:

- Designul antetului, simbolului sau mărcii întreprinderii tale;
- Tipurile de hârtie de care ai nevoie (când pui pe picioare pentru prima dată o afacere, este înţelept să faci o selecţie cât de mică);
- Calitatea şi structura hârtiei;
- Culorile;
- Dimensiunile;
- Procesul de imprimare folosit.

Tipărirea este cea mai folosită şi este suficientă pentru o nouă întreprindere.

Gravarea este un proces de lux şi este scumpă; ea cere o matriţă specială din oţel; se poate grava tipăritura pe ambele feţe ale hârtiei. Pentru

proprietarul unei mici întreprinderi este un semn de succes. În majoritatea companiilor, numai conducerii superioare i se permite să folosească hârtie gravată.

Termografia este un proces la cald care face ca să se ridice uşor cerneala, dând scrisului un aspect de gravură. Se fac referinţe la ea spunându-se: „gravură proastă", deoarece „nu se înţelege nimic" (mie personal nu-mi place).

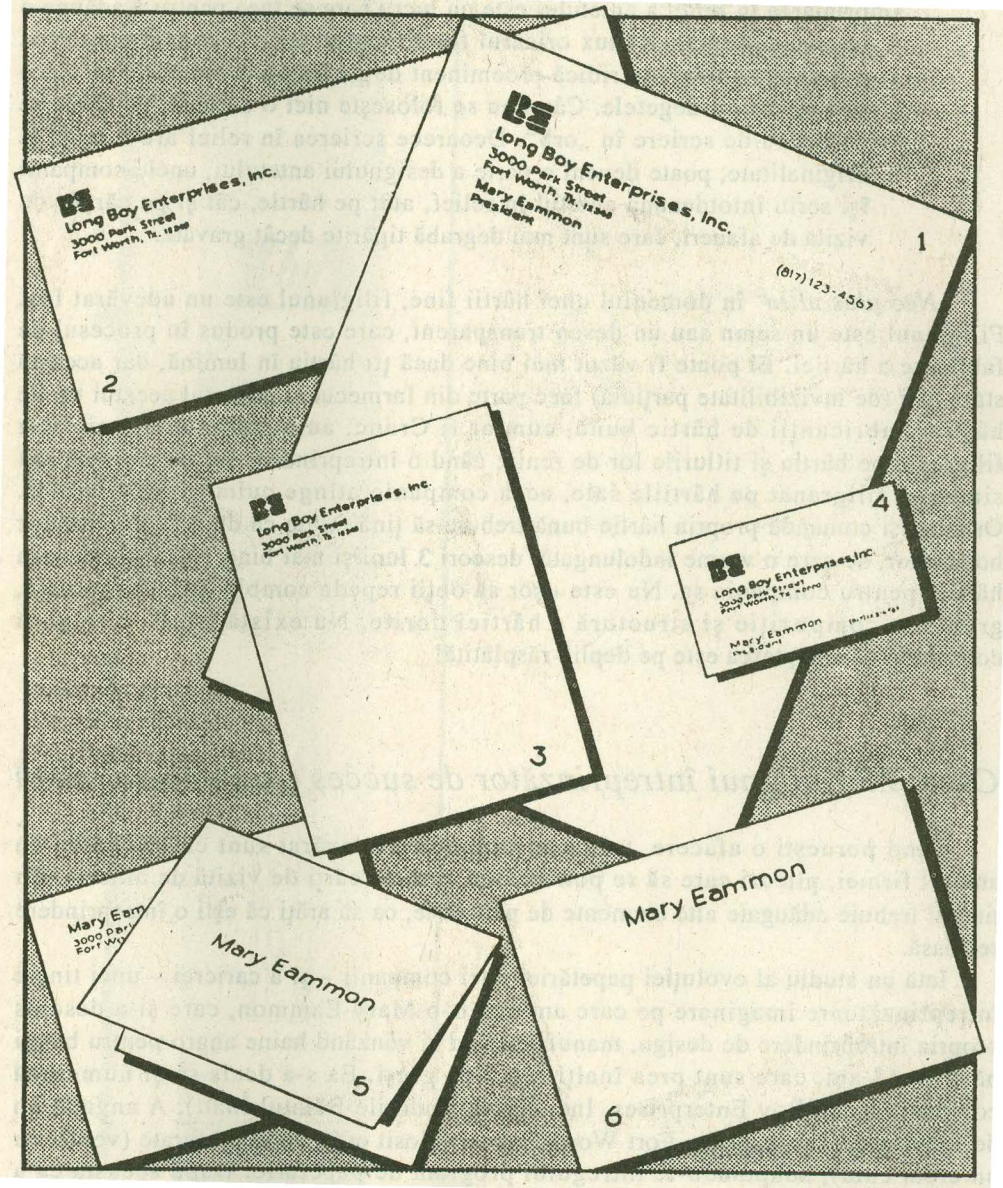
Imprimarea în *relief* a antetului este un lucru care se face pentru a adăuga o impresie specială de lux oricărui fel de hârtie. La o realizare „puternic reliefată", antetul se ridică proeminent de pe hârtie. Oamenilor le place să-l pipăie cu degetele. Când nu se foloseşte nici o culoare, se numeşte procedeu de scriere în „orb". Deoarece scrierea în relief are o notă de originalitate, poate deveni o parte a designului antetului, unele companii îşi scriu întotdeauna antetul în relief, atât pe hârtie, cât şi pe cărţile de vizită de afaceri, care sunt mai degrabă tipărite decât gravate.

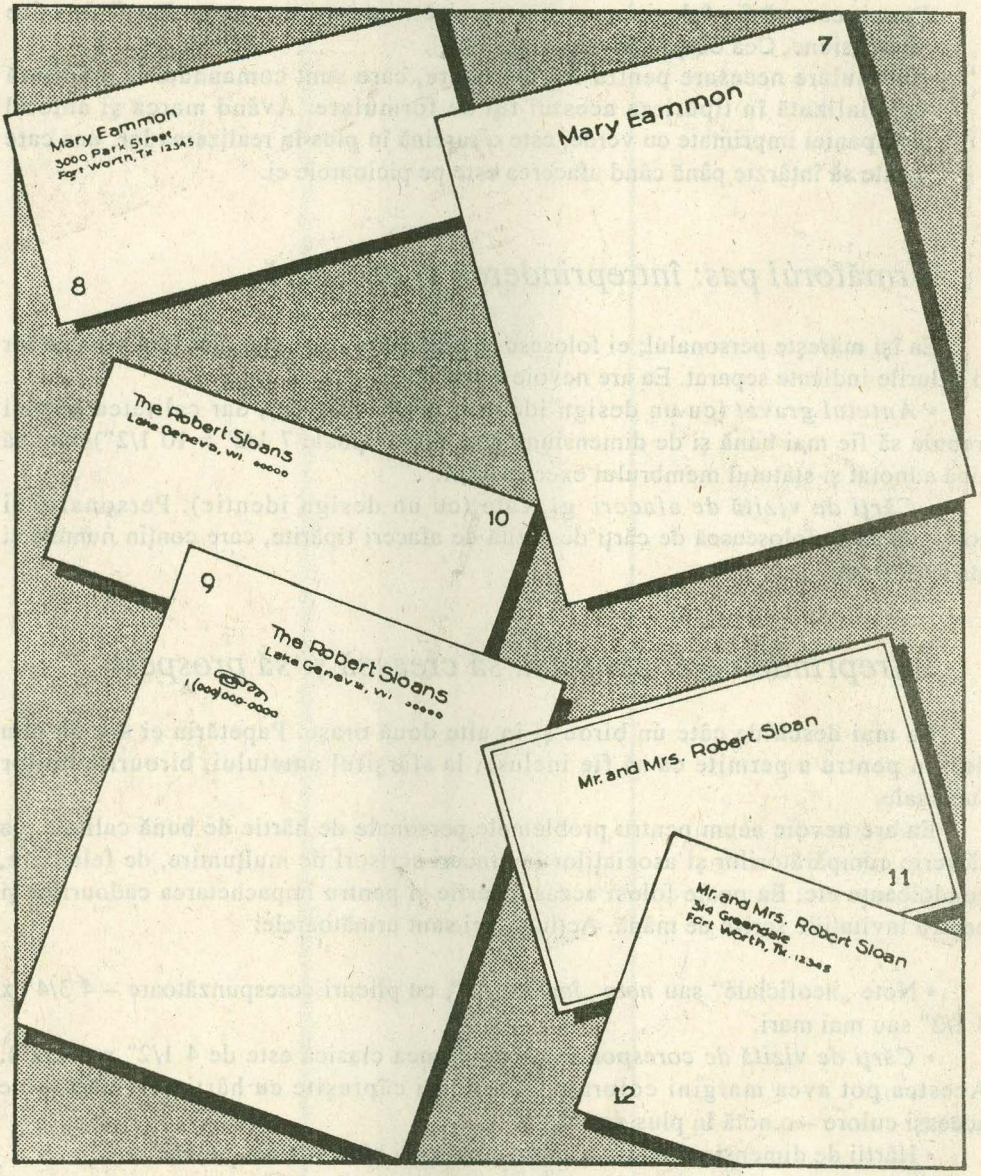
„*Nec plus ultra*" în domeniul unei hârtii fine, filigranul este un adevărat lux. Filigranul este un semn sau un desen transparent, care este produs în procesul de fabricare a hârtiei. El poate fi văzut mai bine dacă ţii hârtia în lumină, dar această stare a ei (de invizibilitate parţială) face parte din farmecul şi misterul acestui tip de hârtie. Fabricanţii de hârtie bună, cum ar fi Crane, au numele companiei lor filigranat pe hârtia şi titlurile lor de rentă; când o întreprindere îşi are numele sau simbolul filigranat pe hârtiile sale, acea companie atinge culmea snobismului. Oricine îşi comandă propria hârtie bună trebuie să ţină minte că după luarea tuturor hotărîrilor, se cere o vreme îndelungată, deseori 3 luni şi mai bine, până la primirea hârtiei pentru compania sa. Nu este uşor să obţii repede combinaţiile de culoare, greutate, compoziţie şi structură a hârtiei dorite. Nu există decât o singură consolare: că aşteptarea este pe deplin răsplătită!

Cazul hârtiei unui întreprinzător de succes care a făcut vâlvă

Când porneşti o afacere, tot ce îţi trebuie cu adevărat sunt câteva hârtii cu antetul firmei, plicuri care să se potrivească şi nişte cărţi de vizită de afaceri. Cu timpul trebuie adăugate alte elemente de papetărie, ca să arăţi că eşti o întreprindere serioasă.

Iată un studiu al evoluţiei papetăriei unei companii – şi a carierei – unei tinere întreprinzătoare imaginare pe care am numit-o Mary Eammon, care şi-a deschis propria întreprindere de design, manufacturând şi vânzând haine angro pentru băieţi până în 14 ani, care sunt prea înalţi sau prea graşi. Ea s-a decis să-şi numească compania Long Boy Enterprises, Inc. (Întreprinderile Băiatul Înalt). A angajat un designer neprofesionist din Fort Worth, care a folosit culorile ei preferate (verde, cu un crem cald), adaptându-le întregului program de papetărie. După aceasta ea a folosit culorile verde şi crem şi pentru interiorul biroului ei şi al camerei de prezentare, pentru împachetat şi pentru tot ce reprezenta întreprinderea ei. Designerul ei a conceput antetul companiei, scris cu verde, combinând literele L, B şi E de la Long Boy Enterprises.


Long Boy Enterprises, Inc.
3000 Park Street
Fort Worth, Tx. 12345
2
Long Boy Enterprises, Inc.
3000 Park Street
Fort Worth, Tx. 12345
Mary Eammon
President
(817) 123-4567
1
Long Boy Enterprises, Inc.
3000 Park Street
Fort Worth, Tx. 12345
3
4
Long Boy Enterprises, Inc.
3000 Park Street
Fort Worth, Tx. 12345
Mary Eammon
Mary Eammon
5
Mary Eammon
6


Mary Eammon
3000 Park Street
Fort Worth, Tx 12345
8
7
Mary Eammon
The Robert Sloans
Lake Geneva, WI 00000
10
9
The Robert Sloans
Lake Geneva, WI 00000
1 (000) 000-0000
Mr. and Mrs. Robert Sloan
11
Mr. and Mrs. Robert Sloan
314 Greendale
Fort Worth, Tx. 12345
12

Necesarul de papetărie când este deschisă o întreprindere nouă

- Hârtie cu antet pentru birou (8 1/2" x 11"), cu plicuri potrivite tip standard.
- Cărţi de vizită de afaceri (aprox. 2" x 3 1/2") având tipărite aceleaşi informaţii ca cele de pe hârtiile cu antet.
- Post-it care să fie folosite pentru comunicări interne şi externe. Pot fi de orice dimensiune. Cea obişnuită este 4 1/2" x 6".
- Formulare necesare pentru întreprindere, care sunt comandate la o editură specializată în tipărirea acestui tip de formulare. Având marca şi antetul companiei imprimate cu verde, este o sarcină în plus în realizarea lor, una care poate să întârzie până când afacerea este pe picioarele ei.

Următorul pas: întreprinderea ei prosperă

Ea îşi măreşte personalul; ei folosesc acelaşi antet imprimat, dar fără numele lor şi titlurile indicate separat. Ea are nevoie acum de:

- *Antetul gravat* (cu un design identic, verde cu crem, dar calitatea hârtiei trebuie să fie mai bună şi de dimensiune mai mică – poate 7 1/2" x 10 1/2") care să aibă adnotat şi statutul membrului executivului.
- *Cărţi de vizită de afaceri* gravate (cu un design identic). Personalul ei continuă să se folosească de cărţi de vizită de afaceri tipărite, care conţin numele şi atribuţiile lor.

Întreprinderea ei continuă să crească şi să prospere

Ea mai deschide câte un birou şi în alte două oraşe. Papetăria ei are un nou design pentru a permite ca să fie incluse, la sfârşitul antetului, birourile noilor sucursale.

Ea are nevoie acum pentru problemele personale de hârtie de bună calitate, ca să scrie cumpărătorilor şi asociaţilor în afaceri scrisori de mulţumire, de felicitare, condoleanţe etc. Ea poate folosi această hârtie şi pentru împachetarea cadourilor şi pentru invitaţiile scrise de mână. Acţiunile ei sunt următoarele:

- Note „neoficiale" sau *note „împăturite"*, cu plicuri corespunzătoare – 4 3/4" x 3 1/2" sau mai mari.
- *Cărţi de vizită de corespondenţă* (mărimea clasică este de 4 1/2" x 6 1/2"). Acestea pot avea margini colorate, cu plicuri căptuşite cu hârtie de mătase de aceeaşi culore – o notă în plus de lux.
- Hârtii de dimensiuni mici cu antet, cu plicuri potrivite (ex.: 6 1/2" x 8").

Notă: Pe toate cele trei opţiuni este gravat numai numele ei, Mary Eammon, nu al companiei ei. Pe plicuri este gravat numele ei şi strada pe care se află compania. Excluderea numelui companiei dă o notă personală acestui gen de rechizite de afaceri; destinatarul se simte „deosebit". Rechizitele de acest gen sunt identice, atât ale bărbaţilor, cât şi ale femeilor. Unii preferă ca propriile cărţi de vizită de afaceri

să aibă margini colorate (dă o impresie de bogăţie, dar costă mult mai mult, în special când marginile sunt făcute manual).

Când se căsătoreşte

Mary Eammon îşi păstrează numele de fată în afaceri, dar devine doamna Robert Sloan în viaţa privată. Ea şi soţul ei au acum nevoie de rechizite comune: cărţi de vizită de corespondenţă ca să le folosească pentru probleme personale în oraş şi hârtie de scrisori pentru reşedinţa lor de vară. Mary Eammon dă petreceri de afaceri acasă, implicându-l astfel şi pe soţul ei; este important ca musafirii să nu i se adreseze acestuia cu „domnul Eammon". De aceea este importantă hârtia de corespondenţă comună, fiindcă pe ea se semnalează că atunci când Mary este acasă, ea este doamna Sloan şi nu doamna Eammon.

Familia Sloan foloseşte cărţile de vizită de corespondenţă pentru a face invitaţii şi a mulţumi pentru cadourile trimise amândurora, dar şi pentru a le include – ca nişte cărţi de vizită pentru cadouri – în darurile importante (din nou legate de afaceri).

Cărţile de vizită de afaceri

Prima formulă grafică cu adevărat importantă, pentru majoritatea dintre noi, este cartea noastră de vizită de afaceri. Tânărul întreprinzător şi profesionist din ziua de azi îşi comandă cartea de vizită de afaceri la primul succes al întreprinderii. Am văzut cărţile de vizită ale multor întreprinzători, inclusiv cea a unuia din clasa a 8-a ce se îndeletnicea cu plantarea seminţelor, a unuia care aduce/strânge mingile la jocul de golf, a unui student de colegiu care joacă în secţia de pantomimă, a unui cetăţean care are grijă de câinii celor care pleacă în călătorii şi a unei femei handicapate care are o înfloritoare întreprindere sezonieră (cosând numele pe hainele şi pe diferitele lucruri ale tinerilor care merg la şcoală sau în tabere).

Majoritatea dintre noi ne amintim de primele noastre cărţi de vizită de afaceri şi cât de mândri eram de ele. A mea am avut-o de la Tiffany & Company, vestitul bijutier din New York, când am început să lucrez la magazin ca director plin de publicitate şi relaţii cu publicul. Îmi amintesc cât de mândră eram de cât de frumos era gravată cartea mea de vizită. Numele magazinului era gravat cu îndrăzneală în centru; aproape ascunse, într-un colţ, erau numele meu şi funcţia scrise cu litere minuscule. Când am făcut o remarcă în această privinţă preşedintelui, Walter Harring (pe jumătate serios, pe jumătate în glumă), acesta mi s-a adresat cu severitate. „Când lucrezi pentru Tiffany", a spus el, cu o urmă de zâmbet pe faţă, „singurul lucru care contează este compania. Individul este pe planul doi". Mi-a dat o lecţie bună în ziua aceea, aşa cum a făcut în fiecare zi, timp de 4 ani cât am lucrat sub conducerea lui.

Cartea ta de vizită de afaceri şi felul în care o mânuieşti este un mijloc de comunicare foarte personal al unui cadru executiv. Este ca o strângere de mână pe care o laşi în urma ta. Trebuie să-i dai în aşa fel cartea ta de vizită cuiva încât să-l faci să *dorească* să te ţină minte şi să *dorească* să mai ia legătura cu tine.

Există trei moduri principale de a prezenta cartea de vizită de afaceri:

- Să o dai cuiva pentru ca să-i aminteşti cine eşti, unde eşti şi cum să te găsească.

- Să o trimiţi cuiva însoţind o fotografie, un raport anual, o tăietură dintr-un ziar, sau o revistă, sau orice i-ai promis unei persoane că-i trimiţi sau cuiva căruia ştii că i-ar face plăcere s-o primească.
- S-o foloseşti ca o anexă la un cadou sau la un buchet de flori.

O carte de vizită frumoasă, prezentată cum se cuvine, face o impresie excelentă. Trebuie să ştim când să ne prezentăm cărţile de vizită de afaceri, când să luăm iniţiativa; şi trebuie să ştim să facem schimb de cărţi de vizită de afaceri cu amabilitate atunci când altcineva a avut iniţiativa.

Ceremonialul cărţii de vizită de afaceri

Este deosebit de important pentru un tânăr cadru executiv să înveţe cum să-şi prezinte cartea de vizită de afaceri cum se cuvine, astfel încât să evite să fie prea „insistent" sau să pară neîndemânatic.

- *Nu-ţi impune cu de-a sila cartea ta de vizită de afaceri unui superior în funcţie pe care îl întâlneşti.* Aşteaptă până când ţi-o cere.
- *Nu oferi cartea ta de vizită de afaceri doar după o conversaţie oricărei persoane complet necunoscute* pe care ai întâlnit-o întâmplător (de ex. persoanei lângă care stai într-un avion sau la un prânz într-un restaurant). Nerăbdarea ta excesivă se poate datora doar entuziasmului tineresc şi s-ar putea să-l irite pe vecin. (În plus, există posibilitatea ca, dacă ai cunoaşte adevărul despre acel străin, să nici nu vrei să-ţi ştie numele, numele companiei şi adresa.)
- *Nu-ţi răspândi cărţile tale de vizită de afaceri într-un mare grup de necunoscuţi.* Oamenii vor începe să te suspecteze imediat că încerci să le vinzi ceva şi se vor descotorosi de tine. Învaţă să fii foarte selectiv în privinţa oamenilor cărora le dai cartea ta de vizită de afaceri. De asemenea, ţine minte că, la o întrunire socială de afaceri, cea mai bună cale este ca ceilalţi să nu-şi dea seama atunci când îi dai cuiva cartea ta de vizită. Schimbul se face în particular, numai între voi doi, nu ca un gest bătător la ochi care se face în public şi, mai ales, nu la dineul intim al cuiva.
- Când participi la o şedinţă în afara serviciului tău, cu oameni pe care nu-i cunoşti, *aşteaptă semnalele care s-ar putea să apară.* Lasă *pe altcineva* să înceapă schimbul de cărţi de vizită de afaceri cu cei care nu se cunosc între ei. De cele mai multe ori cărţile de vizită se schimbă la începutul întrunirii, dar rareori acest schimb poate fi făcut şi la sfârşit. Oricum, dacă faci o prezentare, ai tot dreptul să-ţi dai cartea de vizită mai întâi celor din preajma ta, astfel încât să ştie exact cine eşti înainte de a te ridica să vorbeşti.
- *Este mult mai bine să nu oferi o carte de vizită de afaceri decât să dai una care are un defect sau este depăşită sau murdară.* Poartă-ţi cărţile de vizită de afaceri în portofel sau într-o îmbrăcăminte specială, ca să le protejezi şi să le păstrezi curate.

Dacă cele care îţi mai rămân nu sunt în perfectă stare, aruncă-le. Scuză-te oamenilor pe care i-ai întâlnit pentru momentarea epuizare a cărţilor tale de vizită de afaceri şi scrie după aceea informaţiile necesare pe care vrei să le dai celor care doresc pe o bucată de hârtie.

- Atât femeile, cât şi bărbaţii trebuie să poarte la ei cărţi de vizită şi seara la invitaţiile particulare ca să le aibă în cazul în care s-ar ivi ocazia vreunei afaceri bune, în care ar fi cazul să le prezinte.
- Chiar dacă cinezi într-un restaurant care serveşte minuturi, la un dineu sobru (costum şi cravată) în restaurantul unui hotel sau acasă la cineva, *cărţile de vizită de afaceri nu trebuie niciodată date în timpul mesei.* Oamenii trebuie să fie discreţi în ceea ce priveşte discutarea afacerilor când sunt la cocteiluri sau cinează (în casa cuiva sau la un restaurant), când împrejurarea este mai degrabă particulară decât de afaceri.
- *Cea mai importantă parte a ceremonialului cărţii de vizită de afaceri este să ştii când şi cum să-i imprimi o notă de personalitate.* „Personalizarea" cărţii tale de vizită presupune scrierea unui lucru cu caracter personal cu un stilou pe faţa (sau pe spatele ei, dacă nu este loc suficient pe faţă). De exemplu:

Dacă trimiţi flori gazdelor tale, după o cină servită la ei acasă, ar trebui să scrii pe spatele cărţii tale de vizită de afaceri ceva în genul: „Ace(a)sta poate să prezinte interes pentru dumneavoastră. Toate cele bune", după care urmează semnătura ta - prenumele şi numele.

Dacă prezinţi pe cineva, care are o întâlnire cu un coleg de-al tău, ataşează cartea de vizită la rezumatul sau broşura sau orice alt material pe care-l va prezenta acesta, scriind: „Sunt sigur că-ţi va face plăcere să discuţi cu Ken", semnat cu prenumele.

Designul cărţii de vizită de afaceri

O carte de vizită de afaceri este o parte a unui program mai larg de unificare grafică a unei corporaţii.

Cărţile de vizită ale unui cadru executiv tânăr, ca şi papetăria lui, sunt de obicei tipărite în timp ce urcă scara socială până când ajunge la nivelul în care sunt înlocuite de cărţile de vizită gravate.

Întreprinzătorul sau profesionistul este posibil să fie şi el reprezentat; există, desigur, multe designuri pline de imaginaţie, care reprezintă micile întreprinderi în circulaţie. Oricine lucrează într-o întreprindere de calitate trebuie să aibă în vedere că o carte de vizită cu un standard de calitate denotă o persoană cu gust şi importanţă.

Când „gândeşti ieftin", fără să ai pe cărţile de vizită un bun design, poţi foarte uşor să pari fără valoare acelora cărora le rămâne numai cartea de vizită ca să-şi amintească de tine.

O persoană care se uită la cartea ta de vizită de afaceri cu dispreţ e foarte probabil că nu va dori să facă afaceri cu tine.

Dimensiunea standard a unei cărţi de vizită de afaceri este de 3 1/2" x 2", variind în jurul acestei dimensiuni.

Cărţile de vizită pot avea forme neobişnuite pentru a reprezenta anumite tipuri de afaceri. (Am văzut cărţi de vizită făcute în mod inteligent în formă de hamburger, de automobil, de pudel franţuzesc şi de maşină de scris.) Dacă ai cărţi de vizită de această natură, făcute pentru tine, aminteşte-ţi că ceea ce câştigi în deşteptăciune, poţi pierde în respect. Oamenii nu pot pune cu uşurinţă în portofelele sau în suporturile lor speciale pentru cărţi de vizită o carte de vizită de afaceri cu o formă ciudată. Unii designeri folosesc cu ingeniozitate dimensiuni neortodoxe pentru a-şi face cărţile de vizită memorabile, cum fac unele persoane vestite în domeniul

designului (John Saladino cu cartea sa de afaceri de dimensiuni foarte mari, Massimo Vignelli cu minicartea sa de vizită şi Lawrence Peabody cu cartea sa pe verticală, de două ori îndoită).

Materialul din care e făcută cartea de vizită poate fi lucios sau mat; poate fi gros sau subţire; dar trebuie să fie îndeajuns de rezistent să nu se strice când pipăi cartea de vizită sau când o scoţi din port de cărţi de vizită. Directorii folosesc deseori ambele tipuri, atât cărţi de vizită tipărite, cât şi gravate (primele pentru a le folosi când le trimit prin poştă, iar cele din urmă pentru afaceri cu (persoane foarte importante). Culoarea cărţilor de vizită de afaceri trebuie, desigur, să se potrivească cu cea a hârtiei companiei.

Informaţia redată pe o carte de vizită de afaceri trebuie să cuprindă următoarele:

- Antetul, marca sau simbolul companiei. O persoană de la o întreprindere mai mică poate lucra cu un grafician care să găsească un simbol reprezentând munca ei, cum ar fi: un buchet de flori pentru o florăreasă, un coş plin cu legume pentru un consultant specialist în alimente, un calculator care are pe ecran diferite cifre pentru un contabil, un aparat foto cu imagini reflectate în lentile pentru un fotograf, un pahar plin cu perii de cosmetică pentru o persoană care lucrează în domeniul institutelor de înfrumuseţare, un manechin cu o eşarfă înfăşurată în jurul gâtului pentru un croitor.
- Textul cuprinzând următoarele:

  Numele
  Funcţia (dacă este oportun)
  Numele companici
  Adresa întreprinderii
  Telefonul
  Numărul de telex (dacă este potrivit)
  Adrese ale altor birouri din ţară (dacă este un lucru oportun)

Unele persoane care lucrează în afara casei lor, cât şi în afara unui birou, includ şi numărul de telefon de acasă alături de numărul de la sediul întreprinderii.

Proceduri potrivite pentru designul cărţii de vizită de afaceri

- Dacă eşti proprietarul mai multor întreprinderi, este preferabil să ai cărţi de vizită separate, pentru fiecare întreprindere câte una.
- Dacă ai birouri în mai multe locuri, desigur că trebuie să incluzi această informaţie pe cartea de vizită.
- Dacă nu ai un titlu profesional (ca: doctor, colonel, doctor în filozofie etc.), nu folosi un titlu ca domnul, doamna, domnişoara pe cartea ta de vizită de afaceri. Excepţie de la această regulă îl fac numele care pot fi şi de femeie şi de bărbat (Duane, Clair, Marion, Cameron etc.).

În acest caz ar fi mai înţelept din partea ta să pui un „domnul“ sau „doamna“ în faţa numelui.

Dacă toată lumea te ştie după poreclă, include-l împreună cu numele tău „Marianne (Buffy)", "Endicott, vicepreşedinte“

Cărţile de vizită de afaceri pentru străinătate

(*vezi şi capitolul 5* – „Codul manierelor în afacerile internaţionale")

Dacă faci un număr considerabil de afaceri într-o ţară străină, trebuie să ai cărţile de vizită de afaceri tipărite în engleză pe o parte şi în limba ţării respective pe cealaltă parte. Unii oameni de afaceri europeni tipăresc informaţii suplimentare pe cărţile de vizită ca, de exemplu, tipul de produse realizat de întreprindere, numărul de angajaţi şi veniturile anuale importante. Acest gen de cărţi de vizită de afaceri reprezintă o miniformulă de furnizare de informaţii.

Cartea de vizită de afaceri europeană clasică este deseori mai mare decât a noastră (3" x 4 1/2"), lăsând jos un spaţiu unde pot fi scrise câteva rânduri dacă este necesar.

În Japonia cartea de vizită de afaceri este mai importantă decât oriunde în altă parte. Există un ritual al tipăririi şi prezentării cărţilor de vizită de afaceri. (Un om de afaceri american mi-a spus că dă în medie 50 de cărţi de vizită ori de câte ori merge în Japonia într-o vizită de afaceri.) Un american trebuie să afle de la un om de afaceri japonez, înainte de a se duce în Japonia, despre subtilităţile momentului şi modului în care să-şi ofere cartea de vizită de afaceri: el trebuie să se pregătească să primească o grămadă de cărţi de vizită la care trebuie să răspundă cu propria carte de vizită de afaceri. Trebuie să înţeleagă faptul că atunci când un superior japonez îi oferă o carte de vizită de afaceri pe care nu este trecută funcţia sub nume, aceasta presupune că înalta funcţie a persoanei respective este bine cunoscută de toată lumea (vezi, de asemenea, „Privire asupra câtorva indicatori de comportament – Japonia", cap. 5).

Cărţile poştale de afaceri de înştiinţare

Ştirile în afaceri pot fi comunicate printr-un apel telefonic, o scrisoare, o telegramă sau trimiterea unei cărţi poştale de afaceri de înştiinţare. O scrisoare este, desigur, modul cel mai personal de a comunica o ştire; ea permite, de asemenea, includerea unui material informativ – broşuri, reproduceri din ziar, tăieturi din ziar. Totuşi, într-un sistem larg de expediere prin poştă, este costisitor şi incomod să trimiţi scrisori.

Trimiterea unei telegra ie pentru a anunţa ştirile în afaceri unei întregi liste de destinatari este foarte costisitoare şi trebuie rezervată numai pentru ştirile urgente. Pentru un pachet poştal mare, cea mai bună modalitate este cartea poştală de afaceri de înştiinţare, tipărită, termografiată sau gravată.

O carte de vizită de afaceri de înştiinţare ajunge într-o perioadă foarte scurtă de timp la un număr maxim de cumpărători, clienţi, colegi, asociaţi, VIP -uri, clienţi şi potenţiali prieteni.

Trebuie să se ştie că:

- O carte poştală de înştiinţare şi plicul ei reflectă prestigiul companiei, ca şi papetăria folosită. De aceea, amândouă trebuie să fie de bună calitate şi să aibă un bun design.
- Cartea poştală nu trebuie să fie voluminoasă ca dimensiuni, astfel încât greutatea ei să nu depăşească minimul din prima clasă de timbrare (ca să nu necesite o cheltuială suplimentară inutilă).
- Numele şi adresele de pe plicuri trebuie să fie tipărite, imprimate de un procesor sau scrise de mână – să nu fie scrise pe etichete.

- Trebuie să existe suficientă, dar nu prea multă, comunicare în înştiinţare. Dacă destinatarul rămâne nelămurit, se pierde efectul scontat.
- Este o metodă acceptabilă să scrii câteva cuvinte pe cartea poştală de înştiinţare pentru a o personaliza, dacă ai vreun motiv să faci asta.
- O scrisoare de înştiinţare tipărită este modul cel mai ieftin de comunicare; o scrisoare de înştiinţare gravată este ceremonioasă, costisitoare şi dă impresia a fi „ceva deosebit".
- Dacă compania trebuie să trimită multe înştiinţări, datorită specificului ei, ca în cazul unei companii de asigurări pentru a-şi anunţa noii reprezentanţi, o idee foarte bună este să ai în stoc formulare albe sau file împăturite care să conţină antetul companiei şi mesajul înştiinţării deja gravat sau tipărit în relief; numele persoanei, adresa şi numărul de telefon pot fi completate de mână.
- Când primeşti o scrisoare de afaceri de înştiinţare prin poştă, nu eşti obligat să confirmi primirea. Totuşi, dacă eşti un prieten apropiat al celui de la care ai primit înştiinţarea, este foarte frumos din partea ta să-i trimiţi un bilet scris de mână sau bătut la maşină, confirmând primirea şi transmiţându-i felicitări şi cele mai bune urări. Acesta este un gest simplu care nu se uită.

(pe copertă faţă)

Întreprinderile Long Boy, Inc.
Nr. directe de telefon
1 februarie 1986

Str. Parc, nr. 3000
Fort Worth, Cod 12345
Telefon (817) 123-4567
Telegrafiere prin cablu LONG BOY
Telex: 12345 ABC LB

(în interior)

Întreprinderile Long Boy, Inc.

Avem plăcerea să vă anunţăm că
Marian Wexford
care a lucrat înainte la Boys Tops, Inc.
s-a lăturat companiei noastre ca vicepreşedinte

Ianuarie 1986

Această scrisoare deosebită de înştinţare este folosită din două motive:
- Anunţă numerele de telefon directe ale companiei şi listele cu personalul, în ordine alfabetică.
- Anunţă numirea unui nou funcţionar al companiei.

Oficialul împotriva familiarului

La fel ca şi papetăria companiei, cărţile poştale de afaceri de înştiinţare trebuie să reflecte cu acurateţe imaginea companiei. Folosirea aceluiaşi antet şi a aceluiaşi caracter de literă, ca şi a aceloraşi culori pentru material şi tipar ajută la sublinierea identităţii corporaţiei (acest lucru este valabil atât pentru o companie mică, cât şi pentru una mare).

Redactarea formularelor de înştiinţare trebuie să fie formulată cu grijă înainte de a fi tipărită – o greşeală neînsemnată devine o eroare însemnată pe o carte poştală mică.

Există moduri oficiale şi moduri neoficiale de formulare a unei înştiinţări, aşa cum o atestă exemplele ce urmează. Natura afacerii impune genul de înştiinţare care trebuie trimis.

Se anunţă înfiinţarea unei noi companii

Oficial

JOAN McINTOSH LEE
RONALD SCHULTZ
ANUNŢĂ ÎNFIINŢAREA ÎNTREPRINDERII
LECTON INC.
O FIRMĂ DE CERCETARE A PIEŢEI
SPECIALIZATĂ ÎN
SERVICIILE ALIMENTAŢIEI
STRADA CONTRAD NR. 3422
Fargo, Dakota de Sud 00000
(000) 000-0000

Neoficial

TIM McCOY
A DESCHIS
MAGAZINUL DE REPARAT JUCĂRII AL LUI TIM
UN MAGAZIN DE CĂRŢI ŞI JUCĂRII PENTRU COPII
CU SEDIUL
LA NR. 4 ŞI LA HOWARD
MINNEAPOLIS
(000) 000-0000
Aduceţi această carte de vizită
pentru a obţine un rabat de 20%
la prima dv. achiziţie

Se anunţă înfiinţarea unei noi sucursale

Oficial

KENYON, ATKINS & REYNOLDS
ANUNŢĂ
DESCHIDEREA CELUI DE-AL IV-LEA BIROU AL LOR DIN TEXAS
SOUTHWEST FREEWAY 3314
DALLAS 00000
SUB CONDUCEREA
DLUI ALLAN E. ELKINS
VICEPREŞEDINTE
1 DECEMBRIE, 1986
(000) 000-0000

Neoficial

PREMIUM DESIGNS HI-JINKS
Broadway nr. 145, Newark, NJ 00000
ARE UN SUCCES ATÂT DE MARE
ÎNCÂT DESCHIDEM
ÎNCĂ DOUĂ NOI SUCURSALE

First St, Naples nr. 124
FL 00000
Director Anne Cox

Str. Palisades nr. 314 14-F
Canton, OH 00000
Director Ed Reed

Motive pentru trimiterea unei înştiinţări

Schimbarea adresei (într-o invitaţie la o petrecere)

VĂ RUGĂM SĂ PARTICIPAŢI LA SĂRBĂTORIREA
MUTĂRII NOASTRE ÎN BIROURILE NOI
MORGAN, LYMAN & BORNEMOUTH, P.C.
SEAVIEW AVENUE NR. 1345
ATLANTIC CITY, N.J. 00000
MIERCURI, 27 MARTIE
COCTEILURI - DE LA 17 PÂNĂ LA 19
RSVP: (000) 000-0000

Plecarea unui grup la o altă firmă

(Poate cuprinde o carte de vizită separată cu o listă a fiecărui avocat şi numărul direct al lui sau al ei de telefon)

SUNTEM BUCUROŞI SĂ VĂ ANUNŢĂM CĂ
DUPĂ ÎNCHEIEREA
RELAŢIEI NOASTRE CU
GORDON, REEVES & HOLLYWORTH,
VOM CONTINUA SĂ PRACTICĂM AVOCATURA SUB NUMELE DE
GOODWIN, O'MEARA ŞI KRAFT
CU BIROURI ÎN DECATUR PLACE NR. 345
LINCOLN, NEBRASKA 00000
1 SEPTEMBRIE 1986 (000) 000-0000

Mutarea birourilor

ASOCIAŢII JONATHON P. FILLMAN
CONSILIERI PENTRU RELAŢII CU PUBLICUL
DORESC SĂ ANUNŢE MUTAREA ÎNTR-UN NOU SEDIU PE
STATE AVENUE 1415
ATLANTA, GEORGIA 00000
1 martie 1986 (000) 000-0000

sau

ASOCIAŢII JONATHON P. FILLMAN
CONSILIERI PENTRU RELAŢII CU PUBLICUL
ANUNŢĂ CĂ ASOCIAŢIA S-A MUTAT LA O NOUĂ ADRESĂ
etc.

Numirea unui nou funcţionar al companiei sau firmei

COMPANIA XYZ
ARE PLĂCEREA SĂ ANUNŢE CĂ
JOANNA S. BARKHORN

A FOST NUMITĂ VICEPREŞEDINTĂ A EXECUTIVULUI PE 1 IUNIE
STRADA LA SALLE NR. 123
CHICAGO, IL 00000
(000) 000-0000
TELEX 00000

sau o altă variantă

COMPANIA XYZ
NE FACE PLĂCERE SĂ VĂ ANUNŢĂM NUMIREA
JOANNEI S. BARKHORN
ÎN FUNCŢIA DE VICEPREŞEDINTE A EXECUTIVULUI
STRADA LA SALLE 123
CHICAGO, IL 00000
(000) 000-0000
TELEX 00000

Un nou sector în cadrul companiei

GEORGE LANOS, PREŞEDINTELE
ANTIOCHTEK INC.
ARE PLĂCEREA SĂ VĂ ANUNŢE
O NOUĂ SERIE DE PRODUSE
„LUMINOSO"
LĂMPI, DISPOZITIVE DE ILUMINAT ŞI ACCESORII
Harold Wenzel, Director General
Sectorul „Luminoso"
EAST ERIE 134
DETROIT, MI 00000
(000) 000-0000

Plecarea unui partener într-un post guvernamental

AMES, CUTTER, McILHERNEY & JONES
ANUNŢĂ RETRAGEREA DIN ASOCIAŢIE
A LUI MARIO A. ANTONINI
CARE A DEVENIT
AMBASADOR AL STATELOR UNITE ALE AMERICII
ÎN ITALIA
1 APRILIE 1986
STRADA WATER 141
MILWAUKEE, WI 00000
(000) 000-0000

O reîntoarcere la firmă

(Partenerii şi consilierii firmei vor fi trecuţi pe o listă în pagina interioară a unei înştiinţări de două pagini; sau dacă înştiinţarea este pe o singură pagină, lista partenerilor va fi trecută pe spate)

PARTENERII COMPANIEI
MANNING, BABCOCK, WEISS, GREEN, KOE ŞI STAIR
STRADA UNION NR. 240
SAN FRANCISCO 00000
AU PLĂCEREA SĂ VĂ ANUNŢE
CĂ
DOMNIA SA WILLIAM A. GELLHORN
CARE A FĂCUT PARTE DIN SENATUL STATELOR UNITE
S-A REÎNTORS LA FIRMĂ
DE LA
1 IUNIE
O MIE NOUĂ SUTE OPTZECI ŞI ŞASE

O schimbare în conducerea superioară

(De exemplu, un funcţionar superior iese la pensie, dar rămâne în cadrul companiei cu aceeaşi sarcină)

PETER M. FINNERTY
PREŞEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAŢIE ŞI
FUNCŢIONAR EXECUTIV ŞEF
ARE PLĂCEREA SĂ ANUNŢE ALEGEREA LUI
WILLIAM S. PEASE
CA
PREŞEDINTE EMERIT AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAŢIE
MAI 1987

Ieşirea la pensie şi numirea în postul de consultant al companiei

A.R. JONES
PREŞEDINTE, COMPANIA SERVICIILOR DE CONDUCERE A.R.J.
ANUNŢĂ RETRAGEREA LA PENSIE A LUI
JOHN J. FINN
ŞI NUMIREA SA ÎN POSTUL DE
CONSULTANT AL COMPANIEI
2000 HUNTS POINT
BOULDER, COLORADO 0000
(000)000-0000

Reluarea numelui de fată

MARY BRIGHTON GRIS WOLD, Doctor în filozofie
ŞI-A RELUAT
NUMELE DE FATĂ
MARY LOUISE BRIGHTON, Doctor în filozofie

Schimbarea numelui şi a companiei

ANNE DAVIS
ANUNŢĂ
CĂ DE ACUM ÎNAINTE VA PURTA NUMELE
ANNE WELDON
ŞI COMPANIA EI SE VA NUMI DE ACUM ÎNAINTE
ANNE WELDON ŞI ASOCIAŢII
STANTON DRIVE NR.1034
AUSTIN, TEXAS 00000
(000) 000-0000

Un adaos la o practică (medicală)

SEYMOUR R. GRATIAN, D.D.S.
DIPLOMAT, CONSILIUL AMERICAN DE PERIODONTOLOGIE
ANUNŢĂ CU PLĂCERE ASOCIEREA
CU PHILIP B. YORK, D.M.D.
ÎN PRACTICAREA PERIODONTOLOGIEI
STRADA STATE NR. 3422
(000) 000-0000
DES MOINES, IOWA 00 000

Diferite seturi de promovări

SUNTEM ÎNCÂNTAŢI SĂ ANUNŢĂM
CĂ URMĂTORII AU FOST ALEŞI
VICEPREŞEDINŢI
ANGELA H. NIZZI DANIEL R. KOCH
ŞI
CĂ URMĂTORII AU FOST ALEŞI
VICEPREŞEDINŢI
RAYMOND P. BONE CARLOS J. LIAS
SUZANNE CHURCH C. AUSTIN OLLMAN
NICHOLAS DAMORTH PLATO POULOS

MORTON LEE & CO.
STRADA HUDSON NR. 320 MEMPHIS, TN 00000
24 OCTOMBRIE 1986

Schimbarea numelui companiei

EDMUND A. SINCLAIRE, PREŞEDINTE
AGENŢIA DE RECLAMĂ SINCLAIRE
ANUNŢĂ
CĂ DE LA 1 IUNIE 1986
NUMELE FIRMEI SE VA SCHIMBA ÎN
GRUPUL SINCLAIRE
STRADA MAIN NR. 331
BATON ROUGE, LOUISIANA 00000
(000) 000-0000

O schimbare de carieră

Oficial

MARIANNE LINDSAY, A.S.I.D.
FOSTĂ MEMBRĂ A PERSONALULUI DE
DESIGN INTERIOR
DE LA MARSHALL FIELD & Co.
DOREŞTE SĂ ANUNŢE
DESCHIDEREA PROPRIILOR BIROURI
CONSULTANŢII DE DESIGN AI FIRMEI LINDSAY
CONSULTAŢII DE DESIGN CU ORA SAU
PENTRU PROIECTE DE BAZĂ
STRADA NORTH STATE NR. 1740 (000) 000-0000
AP. 12-B CHICAGO, IL 00 000

Neoficial

RICK SONDHEIM
FOST MEMBRU AL "ROCKLAND"
ŞI-A DESCHIS PROPRIUL RESTAURANT
"FOOTLIGHTS"
ŞI ÎŞI ÎNTÂMPINĂ ÎN MOD DEOSEBIT PRIETENII
MOHEGAN AVENUE NR. 345
PROVIDENCE, R.I.
(000) 000-0000

Un anunţ simplu de fuziune

FUZIUNEA DINTRE
SOCIETATEA IMOBILIARĂ TURNER
ŞI
PROPRIETĂŢILE BRENT
A FOST FINALIZATĂ
COMPANIA VA FI DE ACUM ÎNAINTE
CUNOSCUTĂ CA
PROPRIETĂŢILE TURNER-BRENT, INC.
LAKESIDE NR. 1415
UTICA, NEW YORK 00000
(000) 000-0000

Un anunţ complex de fuziune

Când fuzionează două companii, cum ar fi două firme de avocatură, sunt folosite toate cele patru feţe ale anunţului – pliant dublu.

Prima faţă (coperta): Anunţarea fuziunii dintre cele două firme, data fuziunii şi noul nume al firmei

Faţa a doua (pe contrafaţa copertei): Numele şi adresa uneia dintre firmele care fuzionează, anul în care a fost fondată, numărul de avocaţi „angajaţi în practicarea generală a dreptului naţional şi internaţional"; lista avocaţilor specialişti (în probleme de „corporaţie", „muncă", „bancă", „imobiliare" etc.)

A treia faţă (latura din dreapta a paginii interioare): Aceleaşi informaţii ca şi pe a doua faţă, dar pentru cealaltă firmă în fuziune.

A patra faţă (faţa din spate a anunţului): O listă a membrilor ambelor firme şi a „consiliului" avocaţilor din ambele amplasări, dacă vor fi păstrate două birouri.

8

Arta divertismentului

Oamenii de afaceri îşi petrec foarte mult timp la masă mâncând, bând şi discutându-şi problemele. După cum a scris gastronomul francez al secolului al XIX-lea, Brillant-Savarin, „Masa stabileşte un fel de legătură între negociator şi cel cu care negociază şi îl face pe invitat mai apt de a recepta anumite impresii". Divertismentul în afaceri este, în ziua de azi, o industrie de dolari multimiliardară deoarece companiile au găsit că este o afacere foarte bună să amuzi clienţii, cumpărătorii, colegii de afaceri, politicienii, liderii civili, celebrităţile şi potenţialii clienţi. Nu are importanţă dacă aceasta e făcută la un picnic unde hamburgerii şi crenvurştii sunt serviţi pe o păşune prăfuită sau la o recepţie într-un muzeu magnific, cu şampanie şi pişcoturi. Orice întâlnire particulară de afaceri este în subtextul ei o potenţială atragere de clientelă. Este o cale de a se cunoaşte între ei într-o atmosferă relaxantă; este terenul fertil în care vor încolţi în viitor afacerile.

În lumea afacerilor ne distrăm pentru următoarele motive:

- Vrem sau trebuie să răsplătim ospitalitatea cuiva.
- Ne dăm seama că este un mijloc de a „cunoaşte" pe cineva.
- Există servicii pentru care trebuie să mulţumim şi servicii pe care le solicităm (astfel încât să spunem „mulţumesc" şi „te rog" în acelaşi timp).
- Există un motiv de sărbătorire.
- O persoană, un grup sau o instituţie (poate propria noastră companie) merită să fie răsplătite.
- Avem nevoie de noi şi importante contracte, pentru a face mai multe afaceri.

- Avem nevoie să-i măgulim pe cumpărătorii vechi şi să-i impresionăm pe cei noi.
- Dorim să înfrumuseţăm imaginea noastră civică şi de corporaţie în comunitatea noastră.
- Şi rareori numai din dorinţa companiei noastre de a fi amabilă!

Divertismentul este un instrument puternic pentru afaceri, care trebuie mânuit cu grijă. Succesul cere planificare, un personal eficient şi eficace, spirit creator şi, în primul rând, o atitudine atentă faţă de oaspeţi. O gazdă superficială distruge atmosfera unei petreceri bune, mai curând decât un ghinion logistic care se poate abate asupra ei. Trebuie să te gândeşti doar la nenumăratele dăţi când participând la un cocteil de afaceri, supraînghesuit, n-a însemnat altceva decât să fii îmbrâncit fără milă într-o atmosferă încărcată de fum de ţigară, fără nici o speranţă de a purta o conversaţie serioasă, nemaivorbind că ideea vreunui aperitiv decent părea o glumă, iar obţinerea unei băuturi, fără să te zbaţi, era aproape o imposibilitate. Din fericire (pentru gazdă) la acest gen de petreceri este imposibil să o cunoşti măcar, dar s-o mai şi localizezi!

Atitudinea atentă face ca gazda unui scurt prânz de afaceri să-şi trateze invitatul izolat, cu aceeaşi atenţie (în ceea ce priveşte confortul lui) pe care ar acorda-o unui demnitar important. Această atitudine atentă face ca gazda să se informeze în legătură cu cele mai mici detalii importante, în toate privinţele, de la modul în care sunt timbrate plicurile cu invitaţii până la prezenţa unor prosoape curate pentru musafiri la toaletele pregătite pentru noaptea petrecerii.

Cum trebuie să distrezi

Modalităţile de a distra sunt în general în funcţie de:

- Timpul disponibil.
- Resursele disponibile.
- Preţul a ceea ce doreşti să faci.
- Importanţa obiectivelor urmărite de tine în domeniul afacerilor în legătură cu persoana pe care vrei s-o distrezi.

În continuare dăm formele cele mai obişnuite de distracţii din domeniul afacerilor, din ziua de azi.

Distracţiile pe scară mică. Opţiunile

Fără discuţie, cea mai populară formă de distracţie din domeniul afacerilor este aceea la baza căreia stă contactul de la om la om, într-un mic grup, implicând invitaţiile la micul dejun, prânz sau la un pahar de băutură după muncă (sau, după cum s-a transformat în obicei la New York, servirea unei ceşti de ceai la mijlocul după-amiezii).

Când pleci de la birou pentru a intra într-o altă atmosferă (îndepărtată de distracţiile şi problemele căminului tău) te poţi concentra asupra celorlalte persoane şi asupra noilor idei. Te poţi relaxa şi îţi poţi limpezi gândurile.

Un executiv trebuie să vrea să fie cunoscut ca o persoană care are stil. Asta înseamnă să ştie cum să-şi extindă invitaţiile şi unde să se distreze. Cele ce urmează sunt câteva din opţiunile în legătură cu distracţia.

Cel mai rapid mod de a distra pe cineva, când discuţi strict despre afaceri

- Micul dejun într-un restaurant sau o cafenea (45-60 minute).
- Comandarea unui prânz la un magazin de delicatese şi servirea mesei împreună în biroul tău (20 minute).
- Servirea prânzului într-un restaurant modest din apropiere (60 minute).
- Luarea ceaiului într-un loc plăcut, amenajat special pentru servirea acestuia (50 minute).
- Servirea unui pahar de băutură, după serviciu, într-un loc atractiv din apropiere (60 minute).

Când vrei să placi într-adevăr unui client sau cumpărător actual sau posibil

- Prânzul la un restaurant bun (1 1/2 – 2 ore).
- Un meci la clubul tău, urmat de un prânz rapid (2 ore).
- Masa cu soţiile (soţii) sau prietenul (prietena), în cazul în care este necăsătorit(ă), la un restaurant bun (de la 2 la 3 ore).

Când vrei „să dai gata" pe cineva, impresionându-l

- Bilete excesiv de greu de obţinut, cum sunt cele:
  - Din categoria mondenă;
  - Premiera la operă;
  - Avanpremiera la ceea ce va fi o piesă de teatru de succes;
  - Cupa trandafirului, Supercupa, Potirul Stanley etc.
- Bilete pentru o petrecere socială sobră (sau chiar mai destinsă) la care participă o personalitate, cum ar fi preşedintele, sau unde amuzamentul este constituit de apariţia unui star faimos (3 ore).

Când eşti cu adevărat apropiat de cineva şi de familia lui

- O invitaţie pentru întreaga familie la o masă la tine acasă (sau poate la club) şi o activitate care să privească întreaga familie, cum ar fi patinajul, un campionat de tenis, un joc cu mingea sau un picnic la plajă.
- O invitaţie a executivului şi a familiei lui să petreacă sfârşitul de săptămână cu tine.

Când inviţi pe cineva la cină acasă

Să inviţi pe cineva la tine acasă pentru a servi cina este cel mai frumos compliment pe care-l poţi face unui coleg care-ţi este bun prieten, în special unul care şi-a petrecut mult timp în deplasare şi este în trecere prin oraşul tău. Este, bineînţeles, un mod neoficial de distracţie, în special dacă este pe nepregătite şi este inclusă

şi familia ta. Totuşi, există câteva reguli care trebuie respectate şi în acest caz. De exemplu:

- Oaspetele tău merită o masă bună. Nu este cazul unei pizze sau a unei cine reci. Dacă nu ai o cină bună, pregătită pentru el sau ea, mergeţi să mâncaţi în oraş.
- Masa trebuie aranjată ca pentru un musafir (ceea ce înseamnă fără şerveţele din hârtie sau suporturi din plastic).
- Barul trebuie să conţină genul de băuturi alcoolice (sau nealcoolice) pe care oaspetele tău le preferă.
- Chiar dacă s-ar putea să ceară să te ajute şi el la pregătirea mesei, nu trebuie să i se permită să intre în bucătărie.
- Copiii mai mici nu trebuie să i se încurce tot timpul printre picioare. Este frumos să-l salute şi să stea puţin timp de faţă, dar o persoană de afaceri extenuată nu trebuie să fie obligată la o seară zgomotoasă şi prea activă (este întotdeauna obositor când nu sunt copiii tăi).

Când inviţi un musafir la tine la birou la prânz

De multe ori nu există o sufragerie a executivului la care să poţi apela pentru un prânz rapid (când ai o discuţie de afaceri cu o persoană din afară) şi ai un termen limită şi eşti nevoit să lucrezi în timpul mesei de prânz. Soluţia evidentă este să trimiţi să-ţi aducă un prânz de la un magazin de delicatese. Dacă acest lucru se întâmplă des în munca ta, trebuie să păstrezi câte ceva la tine în birou, care să facă dintr-un prânz rapid unul plăcut şi bine servit. De exemplu:

- Dacă există frigider, ţine în el legume spălate şi tăiate, într-o pungă de plastic (bucăţi de morcovi, bucăţi de conopidă, roşii şi fructe proaspete etc.) care sunt importante atât din punct de vedere al aspectului, dar şi nutritiv, pentru orice sandviş sau pizza care se comandă pentru prânz;
- Păstrează un set de veselă atrăgătoare (pahare pentru sifonul pe care-l veţi servi, cuţite „adevărate", furculiţe şi linguriţe, pentru a le evita pe cele din plastic care însoţesc mâncarea comandată) şi câteva şerveţele de hârtie mari, de bună calitate (nu ca cele mici şi şifonate pe care le pun la îndemână vânzătorii ambulanţi de alimente).

Distracţii pentru oaspeţii de afaceri din afara oraşului

Când îţi întreţii un coleg de afaceri care este în delegaţie de mult timp sau care a sosit de la mare depărtare să te întâlnească, fie-ţi milă de condiţia lui fizică. Probabil că a avut întârzieri şi probleme de-a lungul călătoriei; poate că a dormit puţin şi a fost foarte stresat. Nu-l lua cu tine la o petrecere zgomotoasă şi cu multă lume, unde va trebui să stea în picioare şi să inhaleze fumul de ţigară. Nu-l duce la un restaurant – oricât de vestit ar fi el – unde ar trebuie să staţi în picioare şi să aşteptaţi mult timp, poate bând la bar, înainte ca să fie servită masa. Nu duce o persoană, care este evident extenuată, într-un restaurant zgomotos, mai ales într-un loc cu muzică zgomotoasă, în care este dificil să gândeşti şi cu atât mai mult să vorbeşti.

Dacă oaspetele tău din afara oraşului este tânăr (plin de energie), este evident că nu e obosit, el sau ea poate fi încântat(ă) să cineze într-un loc cu muzică multă şi mişcare. Întreabă-l pe vizitatorul tău la telefon, înainte de a sosi, care-i sunt

preferinţele în materie de restaurante. Întreabă-l dinainte ce fel de mâncare îi place în mod deosebit şi alege cel mai potrivit loc.

Fii atent să nu abuzezi de imaginaţie. Un prieten de-al meu, avocat, a supus, foarte inocent, pe unul din clienţii săi care-l vizitau, la o torturantă seară într-un mic restaurant japonez, unde cei care cinează trebuie să stea fie pe podea, fie în genunchi.

Musafirul care suferea rău de artrită, dar nu vroia să admită acest lucru, şi-a luat masa în agonie. Gazda n-a avut nici un succes cu distracţia oferită în prima seară petrecută în oraş de oaspetele său!

Când cineva este în trecere prin oraş, este un prilej de a-i demonstra măreţia artei culinare din oraşul tău. Cu toate acestea, nu-ţi consuma bugetul fără rost. Nici un târg încheiat între oamenii de afaceri nu s-a datorat numai cinelor din restaurantele de lux. (În fond şi la urma urmei, marile afaceri s-au încheiat şi la o pizzerie dintr-un loc de parcare!)

Dacă dispui de un buget redus pentru distracţii din partea companiei poţi oricând invita o cunoştinţă de afaceri, care este în trecere prin oraş, să vină la tine acasă la o băutură (vezi şi „Invitaţia acasă la cină"). Dacă eşti ocupat pentru cină, explică-i acest lucru şi fă-i o sugestie recomandându-i un restaurant unde ar putea să-i facă plăcere – să petreacă de unul singur –, bineînţeles.

Nu te lăuda niciodată în faţa unui coleg de afaceri cu faptul că tu te duci la un restaurant modest. Când vremurile sunt dure, prânzurile scumpe sunt anacronice. Trebuie să se ţină seama totuşi de calitatea mâncării şi a serviciilor. Există o mulţime de restaurante modeste, unde se mănâncă bine şi serviciul este făcut în mod prietenos. Nu-l informa pe un coleg despre experienţa ta în frecventarea restaurantelor inferioare.

Grija pentru un vizitator VIP care nu locuieşte în oraş

(*Vezi de asemenea şi* „Fii amabil când un străin vizitează oraşul tău", Cap. 5)

Un oaspete de onoare care te vizitează, în special unul dintr-o altă ţară, merită un tratament deosebit. Un individ oficial sau cu o funcţie înaltă, conducătorul unei companii, un conferenţiar distins – toţi intră în categoria VIP.

Iată câteva lucruri demne de reţinut:

- El (sau ea) trebuie întâmpinat la aeroport de cineva cu o funcţie suficient de înaltă, cum ar fi vicepreşedintele companiei. Va avea nevoie de ajutor pentru bagaje şi, de obicei, are multe întrebări de pus;
- În camera de hotel trebuie să fie flori de bun-venit sau o plantă, lichior sau vin, la alegere (aduse înainte de sosirea lui), sifon, gheaţă şi câteva băuturi nealcoolice. Poate fi şi un coş cu fructe proaspete (cu o farfurie, furculiţă şi cuţit pentru fructe); şi poate o cutiuţă cu ciocolată pentru a satisface o persoană „moartă" după dulciuri;
- O notă personală de bun venit - din partea Consiliului de administraţie sau a persoanei cu cea mai înaltă funcţie pe care o va vedea în timpul vizitei – este să-l aştepte în camera lui;
- Oaspetelui trebuie să i se pună la îndemână un program complet al manifestărilor ce vor avea loc cât va sta el. Dacă are probleme cu sănătatea (cu inima), programul trebuie să nu fie supraîncărcat. Dacă a sosit dintr-o altă ţară, probabil că va fi foarte obosit şi surescitat de zbor (programul lui trebuie

să fie foarte uşor pentru prima zi);
- Dacă nu cunoaşte oraşul, furnizează-i un scurt istoric sau un ghid care să conţină datele importante despre regiune;
- Întreabă-l dacă există cineva pe care doreşte să-l vadă în timpul şederii sale;
- Trebuie să-i fie pus la dispoziţie, tot timpul, un mijloc de transport confortabil;
- Trebuie să i se dea un interpret competent dacă nu stăpâneşte prea bine limba engleză;
- Trebuie să i se dea, pentru fiecare întrunire şi eveniment de societate, *o listă de afaceri adnotată* cu grijă, astfel încât să fie în cunoştinţă de cauză în privinţa persoanelor participante. O listă, în care să figureaze doar numele, este total nefolositoare. Lista trebuie să-i explice cine sunt oamenii, cu ce se ocupă, de ce sunt importanţi. Trebuie incluse, de asemenea, informaţii interesante despre partenerii lor de viaţă;
- Când VIP-ul participă la fiecare întrunire sau eveniment social, el trebuie prezentat cu grijă. Dacă se dă o recepţie în onoarea lui, trebuie să stea pe acelaşi rând cu gazda sa pentru primirea oaspeţilor;
- Ori de câte ori se serveşte vin la masă, gazda trebuie să facă un toast pentru oaspetele de onoare (vezi şi „Distracţii practice pentru gazde şi musafiri", „Toastul", la sfârşitul capitolului).

Când ai de-a face cu o celebritate

Când o adevărată vedetă a fost programată pentru realizarea programului distractiv în cadrul unei corporaţii, aceasta trebuie tratată cu consideraţie, fiindcă altfel persoana respectivă ar putea fi prea extenuată ca să poată da un spectacol bun. Există câteva lucruri pe care tu şi oricine altcineva trebuie să se abţină să le facă atunci când este vorba despre o celebritate:

- Nu-l da gata cu conversaţia ta.
- Nu-l duce acasă la tine ca să-l arăţi familiei şi prietenilor.
- Nu-i cere altă favorare decât să-ţi trimită (poate) o fotografie semnată pentru copiii tăi, după ce s-a întors acasă.

Dacă încearcă să-şi ia masa, iar oamenii îl tot întrerup pentru autografe, întreabă-l dacă n-ar vrea să dea nişte autografe după ce termină de mâncat. Apoi, protejează-l şi lasă-l să termine de mâncat în linişte.

Aranjează cu fotografii de la presă să facă fotografii timp de o oră, şi după aceea să plece. Dacă-i faci viaţa confortabilă, îşi va aminti de tine şi de compania ta întotdeauna – cu afecţiune.

Când faci petrecerea

O petrecere de seară sau o petrecere de prânz, la sfârşit de săptămână, acasă

Dacă ai un post îndeajuns de important în companie (sau eşti destul de înstărit!), ca să faci un program distractiv acasă şi, dacă ai un loc frumos pentru o petrecere, foloseşte-l ca loc preferat în acest scop. Se face atât de rar acest lucru în zilele

noastre, încât ai putea crea o impresie puternică organizând o asemenea petrecere.

Câteva sfaturi:

- Să existe loc de stat şi spaţiu la masă confortabil, pentru fiecare musafir.
- Dacă este dificil să se ajungă la casa ta, trimite o dată cu invitaţia o hartă cu instrucţiuni clare.
- Dacă locuieşti lângă un oraş mare, unde oamenii se bazează pe transportul public, trimite o maşină să-i ia de la gară sau de la autogară.
- Dacă ai o casă la ţară, hrăneşte bine oamenii; nu le da numai cocteiluri; dacă le dai cina, programeaz-o pentru weekend la o oră rezonabilă, astfel încât să se poată întoarce la propriile lor case la o oră potrivită după petrecere.
- Serveşte-le băuturi timp de 45-60 minute, înainte de a le servi cina. O scurtă oră de cocteiluri, plus servirea aperitivelor, este un control care împiedică să se bea excesiv.
- Trebuie să ai suficient ajutor competent pentru ca serviciul să decurgă normal.
- Dacă petrecerea ta este compusă dintr-un număr mare de persoane, este o idee bună să ai un personal de serviciu care să-i ajute pe oaspeţi să-şi parcheze maşinile.
- Fii pregătit după o petrecere mare de la sfârşit de săptămână, să ai paturi pentru toţi oaspeţii care au băut prea mult.

Organizarea unei cine de afaceri acasă

Persoana desemnată din rândul personalului

- Supervizează designul, realizarea şi trimiterea invitaţiilor; ajută la întocmirea listei de oaspeţi;
- Dacă soţia nu doreşte să participe la pregătiri, coordonează cu furnizorii aranjamentele florale şi toate activităţile de coordonare;
- Dacă există liste de bucate, plasează-le ca să fie la îndemâna fiecărui oaspete;
- Reţine locuri oaspeţilor în ordinea sosirii lor şi arată-le unde este garderoba;
- Telefonează şi verifică dacă invitaţii nepunctuali întârzie sau absentează; trebuie să facă faţă tuturor telefoanelor pe care se primesc în timpul petrecerii;
- Coordonează pe cei care se ocupă cu programul distractiv, dacă aceştia există, arătându-le unde să se îmbrace şi oferindu-le aperitive etc.;
- Plăteşte pe toţi cei care au asigurat serviciile pentru petrecere, la sfârşitul acesteia.

Furnizorul

- Angajează personalul necesar, pregăteşte mâncarea; pregăteşte barul (se poate aduce lichior de la gazdă sau de la furnizor); aduce utilaj închiriat pentru tot ceea ce lipseşte din casă;
- Aduce gheaţă;
- Aranjează un loc unde să fie puse hainele; angajează şi supraveghează parcarea maşinilor;
- Serveşte masa, după cocteil şi serveşte băuturile, după ce a fost servită masa;
- Curăţă tot ceea ce este în legătură cu petrecerea, inclusiv punerea mobilei la loc unde a fost înainte de petrecere.

Partenerul de viaţă

- Ajută la întocmirea listei de invitaţi, dacă există prieteni comuni ai cuplului;
- Poate avea grijă de flori şi poate supraveghea personalul furnizorului în toate activităţile pe care le prestează. (În unele ocazii, bărbaţii au preluat aceste treburi la domiciliu şi chiar cu foarte mare succes!)

Îndatoririle de gazdă ale partenerului de viaţă

- Ajută la prezentarea oaspeţilor între ei, dacă nu se cunosc. Acest lucru necesită o permanentă consultare a listei de invitaţi – transcrisă pe o hârtie pe care o ţine în mână – care este de mare ajutor gazdei din executiv;
- Urmăreşte atent servirea mesei (sau a băuturii la un cocteil) pentru a se asigura că toată lumea este servită corect;
- Pentru prânz sau cină, ajută gazda să conducă oaspeţii din locul în care s-a servit cocteilul, în sufragerie, sau acolo unde se va servi masa, şi-i ajută pe oaspeţi să se aşeze pe locurile lor;
- Se ridică atunci când este timpul să părăsească sufrageria, dând semnalul pentru oaspeţi ca să-l urmeze; supraveghează servirea cafelei şi a băuturilor după cină;

Cel care contribuie la oficiile de gazdă acasă atunci când nu există partener de viaţă

O gazdă executiv care nu are soţ sau soţie se poate baza pe un alt executiv, cu funcţie apropiată de a lui sau a ei, spre a fi alături la oficiile de gazdă la o întrunire de proporţii. Există aici o nuanţă importantă. Un membru din executiv poate avea cu siguranţă o persoană din executiv de sex opus, care să îl ajute în îndeplinirea oficiilor de gazdă la petrecerea lui, în orice alt loc, dar nu acasă la vreunul dintre ei.

Cu alte cuvinte, în casa unui bărbat din executiv o femeie care nu-i este soţie nu trebuie să îndeplinească oficiile de gazdă alături de el (acesta fiind simbolul mult prea tradiţional al rolului soţiei în casă). După cum nu este nimerit ca o femeie din executiv să aibă un bărbat care să îndeplinească alături de ea oficiile de gazdă când dă o petrecere de afaceri, la ea acasă. Cineva de acelaşi sex nu pune probleme. Această regulă subtilă este aplicabilă şi în ceea ce priveşte secretara executivului.

Originalitatea locului în care dai petrecerea

Când petrecerea companiei tale se ţine într-un loc cu totul deosebit, originalitatea aceasta îi face, de obicei, pe oameni să-şi amintească ani de zile după aceea ca de un eveniment palpitant. America este în prezent o comoară de locuri cu valoare istorică şi nostalgică, multe dintre ele renovate şi restaurante, unde, în schimbul unei donaţii făcută de corporaţie, poate fi ţinută o şedinţă sau o acţiune socială. În unele oraşe, antreprenorii publică liste cu locuri neobişnuite unde se pot organiza petreceri. Una dintre acestea este Tenth House Enterprises, Box 910 Gracie Station NY 10028, care publică anual o carte despre New York numită „Locuri: Un ghid al locurilor publice folosite pentru reuniuni".

Asemenea publicaţii dau multe detalii, incluzând avantajele, şi îţi indică cum poate fi rezervat un asemenea loc.

Tipurile de locuri netradiţionale în care petrecerile de corporaţie au fost ţinute în ultimii câţiva ani sunt următoarele:

Sub cortul unui circ
Printre fântânile unei pieţe urbane
În munţi, pe un vechi traseu indian
Într-o ogradă comprimată
Pe un debarcader
Într-o piscină goală
Într-un muzeu
Pe o scenă la operă
Pe un şlep de cărbuni
În grădina botanică
Într-un hangar de avioane
Pe puntea unui vas oceanic
Într-o moară veche
Într-o sală de dans
Într-un cinematograf
Într-un studio de filmare TV
Într-un hambar
Într-o bibliotecă publică
Pe un teren de fotbal

Furnizorii se pare că sunt capabili să adapteze orice proiect în ziua de azi, oricât de dificil ar fi, în mod logic. Într-o noapte am văzut cum holul de marmură rece al unei instituţii a fost transformat într-un plăcut cort de şeic. Un candelabru de cristal era agăţat în partea de sus a cortului; am stat pe covoraşe orientale, care acopereau marmura de dedesubt, şi ne-am ospătat pe cinste, din castronaşe, servindu-ne cu mâna. Dansatorii din buric au interpretat, printre noi, dansuri exotice pe o muzică cântată de muzicanţi egipteni.

Am urmărit o dată o prezentare a modei sportive de primăvară, făcută de acrobaţi care evoluau pe muzica executată în direct de un grup rock britanic... într-un cort de circ. Am participat la o fantezie „Alice în ţara minunilor", dată de o companie de asigurări care a transformat complet un vechi ring de dans într-un loc magic. Şi am dansat o dată într-un depozit de mărfuri vechi, transformat pentru seara respectivă, de o companie de computere software, „într-un bal mascat la Veneţia" (singurul lucru care lipsea erau canalele!).

Dacă doreşte să fie originală în vederea unui eveniment special, compania ta nu alege un loc dezafectat decât dacă ştii că poţi să-l amenajezi cu succes. Pune-ţi câteva întrebări importante:

- Va putea fi, după transformare, în concordanţă cu imaginea corporaţiei tale? Organizând în acest loc o manifestare, vom atinge obiectivele dorite de corporaţie?
- Va face bugetul nostru faţă cheltuielilor?
- Vom fi în conformitate cu legile?
- Clima va contribui sau va dăuna reuşitei în această perioadă a anului?
- Pot furnizorii, pe care-i avem la dispoziţie, să se descurce cu acest proiect complicat?
- Vor fi oaspeţii în stare să ajungă cu uşurinţă la locul petrecerii? Există loc de parcare? Există transporturi publice la dispoziţie? Există taxiuri în zonă?
- Se vor simţi bine invitaţii în timpul petrecerii, din punct de vedere al temperaturii, locurilor şi spaţiului în care se vor mişca?
- Ce fel de avantaje ale camerei pentru odihnă sunt disponibile?
- Dispunem de suficient timp pentru a fi pus totul în ordine?
- Avem destul personal angajat ca să supravegheze toate operaţiunile?

Când o petrecere a companiei se ţine într-un loc neobişnuit, tu, ca gazdă,

trebuie să munceşti din greu ca să asiguri confortul musafirilor, în special al acelora care nu sunt obişnuiţi cu acest gen de manifestări, ca acela pe care l-ai planificat.

Sufrageria executivului

Conducerea unei companii bine cunoscute, cu o sufragerie pentru executiv (sau mai multe), este întotdeauna în unanimitate de părere că această combinaţie de servicii şi prestigiu merită efortul financiar al administraţiei. Sufrageria executivului este locul în care se întruneşte elita oamenilor de afaceri ai unei organizaţii pentru prânz – şi câteodată chiar pentru micul dejun – pentru a discuta afaceri şi pentru a încheia înţelegeri cu colegii din exterior.

Este un loc de petrecere din domeniul afacerilor în cel mai clasic înţeles al cuvântului. Este locul ideal pentru discutarea celor mai delicate subiecte, cum ar fi fuzionări sau achiziţionări. Gazda profită de avantajul psihologic pe care i-l dă faptul că poate chema oaspeţii într-un spaţiu perfect amenajat, pe teritoriul lui (casa sa personală).

Multe sufragerii ale executivului dispun de mese comune mari, rotunde sau dreptunghiulare, unde un executiv, care prânzeşte singur, poate găsi un loc gol şi o conversaţie amicală cu colegii. Furnizează o posibilitate excelentă pentru executivii noi ca să ajungă să-i cunoască pe cei vechi şi să culeagă o cantitate considerabilă de bârfe de birou.

O sufragerie a executivului trebuie să fie atrăgătoare, bine condusă şi organizată, să aibă un şef de sală sau un bucătar bun; altfel este mai bine să n-ai sufragerie. Sufrageria este simbolul vizibil al imaginii companiei – care poate fi de clasa întâi sau de clasa a doua.

Este impresionant când masa poate fi servită la standardul la care a servit-o atâţia ani dna Charlote, la sediul din New York al domnului Dean Witter Reynolds. Îmi amintesc de zilele când eram director la acea companie, cu câtă nerăbdare aşteptam pauzele lungilor şedinţe ale consiliului, pentru a ne desfăta la masă cu preparatele ei copioase.

Îmi amintesc şi alte sufragerii de executivi, unde globurile de cristal erau gravate cu însemnul corporaţiei, care era brodat şi pe şerveţelele albe de damasc, iar pe serviciul de porţelan de China era pictat de mână, în aur, acelaşi însemn în centrul farfuriilor şi al ceştilor.

Îmi amintesc frumoasele flori de la Banca Chase Manhattan şi minunatele omlete făcute de Rudy Stanish la Goldman Sachs.

Dar nimic nu se compară, totuşi, cu stilul sufrageriilor pentru petreceri ale lui Malcom Forbes. El are cel puţin 3, pe care le ştiu eu: o sufragerie în casa ataşată clădirii magazinului Forbes, unde masa e aranjată cu globuri aurite pictate în stil veneţian şi figurine rafinate de Dresda; o pivniţă din cărămidă roşie, transformată în sufragerie, cu capete de cerbi din argint curat atârnând de grinzile din tavan (purtând fiecare gravat numele unui conducător reprezentativ de afaceri care a prânzit acolo); la acestea se adaugă un mare iaht cu un echipaj elegant îmbrăcat, scena marilor petreceri de afaceri unde au petrecut notabilităţi ca HRH*Prinţul Charles.

O sufragerie a corporaţiei poate deveni un instrument valoros de relaţii cu publicul în comunitate. Unele companii permit grupurilor civile să aibă acces în

---

* Her sau His Royal Highness (Majestatea Sa).

sufrageriile lor în timpul orelor libere. Prima bancă naţională din Chicago, de exemplu, permite grupurilor mari de caritate să dea cine şi recepţii acolo, deseori pe cheltuiala băncii, câteodată pentru un onorariu minim, ajutând astfel pe organizatorii acţiunii de caritate să vândă bilete pentru seara premierei unor spectacole organizate de Grupurile de artă din Chicago.

Comportamentul tău în sufrageria executivului

În majoritatea companiilor, o persoană trebuie să atingă un anumit nivel în suita executivului înainte de a i se permite să folosească sufrageria executivului. Bunele maniere sunt importante, fie că executivul cinează în propria lui sufragerie sau în a altuia. Iată câteva repere de care trebuie să-ţi aminteşti:

- Nu mai lua o a doua băutură înainte de a prânzi, chiar dacă se insistă. Chiar dacă nu eşti un băutor înrăit, dacă mai iei un rând la prânz, dai semne puternice că ai putea fi unul;
- Când te afli în faţa mesei pentru cină, venind din zona în care ai servit cocteilul, ca oaspete trebuie să stai departe de masă şi să aştepţi să ţi se facă semn să iei loc sau să aştepţi până când cineva spune „luaţi loc cu toţii". Dacă tu eşti gazda, îndrumează pe fiecare unde să stea, amintindu-ţi bineînţeles de protocol. Oaspetele venit din afară stă în dreapta ta. (Pentru mai multe informaţii despre locul pe care-l ocupă fiecare, vezi „Poziţionarea la mese de proporţii mari, oficiale", în următoarea secţiune a capitolului);
- Nu comanda mai multe feluri decât ceilalţi; aceasta ar întârzia servirea mesei şi i-ar face pe ceilalţi să stea nerăbdători, frecându-şi mâinile, în timp ce tu mănânci. Unul din scopurile servirii mesei în sufrageria executivului este pentru că eşti servit frumos şi repede;
- Nu ridica glasul. Indiferent dacă este vorba de un nou venit sau de un oaspete, vei atrage atenţia tuturor; te vei da în spectacol; comportă-te în mod neatâţător; sufrageriile executivului sunt, în general, locuri tăcute şi liniştite;
- Dacă nimeni nu fumează la masa ta, nu întreba dacă poţi să fumezi. Ia-o de bună că nu este permis. (A se vedea şi „Manierele fumatului la petreceri, pentru gazdă şi musafir", din ultima secţiune a acestui capitol.)
- Dacă vrei să faci senzaţie în sufrageria şefului companiei tale sau al unei alte companii, spune-i chelnerului, înainte de a pleca, să transmită complimentele tale şefului sufrageriei, pentru excelenta masă. (Acesta este gestul care-i face pe oameni să se simtă mândri de munca lor.)

Petrecerea într-un club particular

Un club cu o sufragerie care are condiţii favorabile atractive, mâncare excelentă şi camere private amenajate pentru petreceri, este locul ideal pentru ţinerea diferitelor manifestări de afaceri sau cu caracter social. Cel mai intim loc pentru organizarea unei petreceri este cel dintr-o casă frumoasă.

Mulţi oameni se simt măguliţi când un coleg de afaceri îi invită să prânzească la un club. (Din acest motiv, multe companii plătesc pentru membrii lor din consiliul executiv.) Cel mai bun mijloc de a distra pe majoritatea celor din corpul executiv este să-i inviţi la un joc de golf, tenis, squash la un club, după care să urmeze

băuturi şi servirea mesei. Altor executivi le-ar face plăcere să fie invitaţi la o petrecere de prânz sau de seară, la un club exclusivist, cum este istoricul Club de pe Strada F din Washington, unde probabil că au cinat toţi preşedinţii SUA, de la fondarea lui. Oamenilor de afaceri le place să cineze la vestitul Club Duquesne din Pittsburgh şi la Clubul Metropolitan din New York, care admite acum şi femei ca membri. O invitaţie la Cazinoul rezervat numai bărbaţilor din Clubul Pacific Union din San Francisco este considerată o tratajie între executivi (femeile sunt admise la cină), iar un prânz la Clubul Metropolitan din Washington este un prilej bun ca să întâlneşti membrii puternici ai guvernului.

Dacă vrei să te bucuri de publicitate pentru petrecerea ta şi vrei ca să fie prezentă presa, nu te duce la cluburile private. Acolo sfera de acţiune a presei este descurajată, ca s-o spun de-a dreptul!

Femeile din executiv invitate la o masă de afaceri într-un club rezervat bărbaţilor şi obligate să folosească o intrare şi un lift special, în general se simt jignite. (Ştiu, pentru că şi eu m-am simţit aşa.)

Când femeile se află într-un club din motive de afaceri, nu trebuie să fie supuse discriminării. (Multe femei consideră, ca şi mine, că bărbaţii au dreptul la cluburile lor private, dar întrunirile de afaceri trebuie ţinute într-un alt loc decât într-un club care insistă să le trateze pe femei ca inferioare.)

Dacă dai o mare petrecere într-un club, tratezi cu directorul banchetului exact cum ai trata cu un director de hotel pentru un banchet. Semnezi un contract după stabilirea meniului şi a băuturii. Fiecare club are propriile sale reguli cum ar fi: stabilirea numărului de invitaţi dinainte şi fixarea onorariului de contramandare care trebuie plătit dacă petrecerea se amână.

Directorul de club va aranja să fie aduse flori pentru petrecerea ta, dacă nu vrei să le furnizezi tu singur. (Dacă le furnizează clubul, fii sigur că sunt incluse în costul estimativ al petrecerii dacă te-ai înţeles să le aducă el.) Pentru un prânz sau o cină, dacă trimiţi dinainte cărţile de vizită cu indicarea locului (listele de bucate) şi un tabel cu aranjamentele necesare directorul va aranja totul pe masă.

Cu toate că clubul va adăuga un procent de 15-20% (ca şi alte taxe) la nota de plată, s-ar putea să vrei să dai şi un bacşiş separat personalului. Unele cluburi interzic orice fel de bacşiş şi, dacă-l acceptă atunci, trebuie să fie oferit în particular, ceea ce nu e chiar atât de greu de făcut. Dacă clubul tău nu permite bacşişurile, poţi oricând să măreşti contribuţia ta anuală pentru fondul de Crăciun al angajaţilor, fond constituit din banii daţi de membri, în mod voluntar, şi împărţiţi întregului personal.

Când eşti invitatul cuiva într-un club

S-ar putea să vrei să organizezi o acţiune de afaceri în clubul unui prieten. Fiecare club îşi are propriile sale reguli în ceea ce priveşte genul de manifestări permise, unuia care nu este membrul clubului. În fiecare caz, cel care nu este membru trebuie să fie sponsorizat de un membru al clubului, care trebuie să fie prezent la acţiune. Cluburile, în ziua de azi, se află într-o situaţie foarte dificilă în legătură cu statutul lor de scutire de impozite, aceste drepturi de scutire de impozit fiindu-le contestate încontinuu. De aceea, unele cluburi descurajează participarea altor persoane în afara membrilor, chiar dacă au nevoie de profitul pe care l-ar obţine de pe urma petrecerilor date de cei care nu sunt membri.

Dacă unui executiv îi este permis să organizeze o întrunire într-un club particular, al unui prieten de-al său care este membru acolo, el trebuie să ţină seama de faptul că are o serioasă responsabilitate în ceea ce priveşte comportamentul lui, cât şi al invitaţilor lui. Nu trebuie să permită să se întâmple nimic care ar aduce dezaprobarea sau cenzurarea membrului clubului din cauza unor invitaţi care s-ar comporta urît la întrunirea sponsorizată de gazda petrecerii.

Dacă prietenul unui executiv care foloseşte clubul pentru o petrecere de afaceri doreşte să dea bacşiş personalului, pe lângă remiză, el trebuie să completeze un cec pentru fondul de Crăciun pentru angajaţii clubului.

Când ai fost invitat la clubul unui coleg pentru a servi o băutură sau un prânz, aşteaptă-ţi gazda în sala de aşteptare specială. Niciodată să nu începi să hoinăreşti neînsoţit, oricât de curios ai fi să vezi localul. Există anumite perimetre în care este interzis accesul oricărei persoane în afara membrilor clubului; orice persoană trebuie să respecte regulile.

Ce comanzi

Mâncarea: Simbolul ospitalităţii unei companii

Mâncarea este cea mai scumpă parte din bugetul afectat pentru petreceri. Un serviciu al companiei care exprimă supraopulenţă şi risipă de alimente, în special în perioadele de criză economică, se reflectă nefavorabil asupra gazdelor, ca şi servirea unor cantităţi insuficiente de mâncare, sau prost pregătită, care dau impresia de zgârcenie. Vorbesc din experienţă, deoarece o dată mi s-a servit plăcintă cu mere la micul dejun şi mi s-a oferit caviar la o întâlnire într-o situaţie critică de strângere de fonduri pentru oamenii rămaşi fără case dintr-un oraş. Companiile, deseori, nu înţeleg relaţia dintre mâncare, ospitalitate şi ce se potriveşte cu un anumit moment.

Bucătarii şefi din restaurante, hoteluri, instituţii de deservire publică şi sufragerii pentru corpul executiv ar trebui să salute sugestia de a încerca nişte reţete noi şi delicioase.

Dacă un nou fel de mâncare are succes, de obicei ei îl introduc în repertoriul lor permanent; o persoană care organizează o întrunire nu trebuie să se teamă niciodată să-i dea unui bucătar şef o reţetă pentru petrecerea corporaţiei sale. (O obiecţie: bucătarul şef trebuie să încerce mai înainte reţeta şi cel care a organizat petrecerea trebuie să guste rezultatele experimentului, înainte ca felul de mâncare să fie trecut în meniu.)

Sunt momente când creativitatea poate să scape de sub control, în societatea noastră cu gastronomi extrem de curajoşi. Totuşi rămâne o idee bună să le dai oamenilor ce le place să mănânce decât să-i supui unui meniu de mâncăruri noi şi exotice pentru petrecerea ta. (Cu alte cuvinte, lasă sufleurile din carne de şarpe şi tocana de iepure de câmp pentru petrecerile private!)

Meniuri

Planificatorul petrecerii din partea companiei (de exemplu, directorul pentru manifestări deosebite, directorul întâlnirilor, sau oricine răspunde de meniuri pentru întrunirile corporaţiei) trebuie să aibă în vedere următoarele linii călăuzitoare:

• Când te hotărăşti asupra unui meniu, să ţii întotdeauna seama de buget şi să nu-l depăşeşti niciodată.

• Alege ce este proaspăt şi de sezon. Mâncarea va costa mai puţin şi va avea un gust mult mai bun decât mâncărurile care nu sunt de sezon.

• Alege un meniu potrivit pentru ora la care va fi servit. Aceasta înseamnă să nu serveşti o salată uşoară de fructe într-o noapte de iarnă friguroasă şi să nu serveşti o tocană din carne de vacă, fierbinte, la prânz, într-o zi de vară foarte călduroasă. Cu alte cuvinte, foloseşte-ţi bunul simţ!

• Alcătuieşte un meniu echilibrat şi nutritiv. (Fereşte-te de meniurile cu mâncăruri prea prăjite sau prea bogate în hidraţi de carbon.)

• Fă o listă cu toate podgoriile şi cramele (dacă sunt) de unde provine vinul pe care-l vei servi. De obicei, vinul alb se serveşte cu preparatele din peşte şi cel roşu cu carne sau vânat. Pentru ocazii speciale, se serveşte şampanie la desert, pentru a da posibilitatea să fie rostite nişte toasturi speciale. Dacă nu poţi să comanzi o şampanie de calitate, nu mai servi deloc.

Mostre de meniuri care se consumă stând la masă

MIC DEJUN

O selecţie de sucuri din fructe, mere, grepfruit sau roşii
O farfurie cu felii de pepene şi o bucată triunghiulară de lămâie
Omletă pufoasă
Un coş cu felii de pâine, franzeluţe şi biscuiţi săraţi
Unt şi margarină
Cafea, cafea decofeinizată şi ceai, la alegere.

PRÂNZ

Pui la grătar
Orez brun cu mirodenii
Salată de spanac şi ciuperci
Îngheţată de lămâie
Cafea sau ceai

CINĂ

Salată de crudităţi
Friptură de viţel la grătar
Varză broccoli şi carote înăbuşite în unt
Prăjitură Betty cu mere şi îngheţată de vanilie
sau
Pere proaspete şi brânză Bel Paese
Cafea ori cafea decofeinizată

Notă: Nu serviţi salata ca fel de mâncare separat între principalul fel de mâncare şi desert decât dacă este vorba de salată verde cu brânză şi biscuiţi.

În mod normal salata trebuie servită pe o farfurioară separată o dată cu principalul fel de mâncare.

Pentru un număr mai mare de persoane, este o idee bună să se ofere câte un fel de mâncare rece care să se afle deja pe farfuria fiecărui musafir, când intră invitaţii în sufragerie. Aceasta economiseşte mult din timpul şi munca celor ce servesc.

Diferite meniuri pentru mâncăruri de bufet

MICUL DEJUN

Omlete (dacă bucătarul şef le poate face la comandă)
Jumări de ouă
Cârnaţi şi şuncă
Fructe coapte
Suc de portocale, mere sau grepfruit
Crupe de grâu (în genul celor preparate în Sud)
Clătite cu sirop
Prăjiturele, biscuiţi şi pâine prăjită
Cafea cu sau fără cofeină, ceai.

ÎNTRE MICUL DEJUN ŞI PRÂNZ

Sandvişuri cu felii de şuncă prăjită şi felii de roşii marinate cu maioneză
Crochete de orez
Sparanghel în sos de vin, rece
Salată de pui cu spanac verde în jur
Salată verde
Chifle crocante cu stafide servite calde, cu cremă de portocale
Cantalup îngheţat servit cu pepene galben şi miere
Cafea cu sau fără cofeină, sau ceai.

CINĂ

Friptură rece
Legume "Pasta Primavera"
Salată de creveţi
Roşii cu busuioc şi urdă
Pui chinezesc cu suc de lămâie
Carne de vacă a la Burgundya
Salată verde
Fructe coapte
Cremă de ciocolată
Cafea, cafea decofeinizată

Liste de bucate

Atunci când gazda îşi dă silinţa să prezinte musafirilor şi lista de bucate, atmosfera mesei devine imediat deosebită. O listă de bucate este exact unul dintre acele mărunţişuri care imprimă o notă de distincţie. Când musafirii semnează pe spatele listei de bucate a unui vizitator străin, ea devine o amintire deosebită din călătorie.

Meniul este scris de mână, dactilografiat sau tipărit pe hârtie compactă. Listele pot fi de orice dimensiune (dar de obicei nu sunt mai mari de 5'' x 7''). În mod tradiţional ele sunt din hârtie albă sau ecru, dar pot fi de orice culoare, dacă acea culoare face parte din decor. Cea mai frumoasă grafică pentru listele de bucate sau pentru cărţile de vizită care indică locul este aceea care foloseşte însemnele companiei gazdă, încrustate în relief, în culorile proprii, atât pe lista de bucate, cât şi pe cartea de vizită care indică locul, aşa cum arată ilustraţia. Grafica invitaţiilor este bine să fie folosită şi cu ocazia altor petreceri.

Lista de bucate poate fi pusă pe masă într-unul dintre modurile următoare: între şerveţelul unei persoane şi lingura vecinului din stânga, aşezată pe vârful şerveţelului, sprijinită de un pahar pentru vin, pe masă deasupra farfuriei (vezi ilustraţia de la "Cum se aşază o masă oficială".

La modul ideal, fiecare musafir trebuie să aibă propria sa listă, oricum, întotdeauna este indicat să plasezi o listă de bucate între locurile a doi musafiri, pentru a fi folosită de amândoi.

9 Februarie 1981

Prânz

In onoarea lui George Lane,

pentru cei 50 de ani de activitate la

Lancor

Supă de creson

Crăcan englezesc

Fasole verde înăbuşită în unt

Roşii fierte

Salată verde asortată

Şerbet de mure

Sos Vodka

Jumătăţi de ceşcuţe de cafea

Schramsberg Grand Reserve

1978

Când hotelurile şi restaurantele furnizează meniul, ele au tendinţa să înregistreze totul, inclusiv lucruri ca ridichi, nuci, biscuiţi. Textul unui meniu trebuie să fie simplu; este suficient să fie menţionate aperitivul şi/sau supa, antreurile şi sosul (dacă există), desertul şi vinurile. Dacă va exista vreun fel de program distractiv în timpul mesei, el trebuie să fie semnalat în partea de jos din dreapta a listei de bucate sau pe dosul acesteia, (în partea stângă a paginii din interior, dacă lista este împăturită, iar meniul pe partea din dreapta a feţei interioare).

Vinurile sunt notate pe partea stângă a meniului, fiecare în partea opusă a felului de mâncare cu care va fi servit, vinurile mai pot fi notate în colţul de jos din stânga.

În meniul alăturat, de exemplu (un prânz pentru un executiv care se retrage la pensie), servindu-se numai un fel de vin acesta a fost trecut în colţul de jos, din stânga, al listei de bucate.

Servirea vinului

Există câteva diferenţe între servirea vinului la restaurant şi servirea lui la o serată acasă. Un lucru important de reţinut este că astăzi, după tradiţia franceză, vinurile roşii (dulci) se servesc cu anumite feluri de mâncare, iar cele albe cu altele. Unii oameni preferă vinul alb în orice ocazie, alţii îl găsesc prea acid şi preferă să bea doar roşu. De aceea, de obicei, o gazdă atentă oferă musafirilor ei ambele sorturi.

Vinul servit acasă

Nu există nici un ritual de "degustare a vinului" la o petrecere organizată seara, acasă. Se presupune că gazda a destupat şi a degustat orice sticlă de vin roşu, pentru a-l lăsa să respire cel puţin 1/2 de oră înainte de a-l servi. Vinul alb nu trebuie să fie destupat şi lăsat să respire înainte de a fi servit. El trebuie ţinut la rece până în momentul servirii.

Dacă oferi atât vin alb, cât şi roşu la un dineu de afaceri, acasă

Dacă urmezi tradiţia, vei servi vin alb într-un pahar pentru vin alb la preparatele din peşte şi vin roşu într-un pahar de vin roşu la mâncărurile din carne sau din vânat. În acest caz, chelnerul (sau chelneriţa) serveşte vinul alb *imediat* ce oaspeţii s-au aşezat la masă, chiar înainte de a fi adusă mâncarea, servirea făcându-se în sensul acelor de ceasornic, începând cu persoana din dreapta gazdei. Când sunt servite antreurile, chelnerul merge din nou în sensul menţionat mai sus în jurul mesei, de data asta turnând vin roşu. În acest moment un musafir îi poate spune chelnerului, fără probleme: "Aş dori încă un pahar de vin alb, vă rog". Este de datoria gazdei să se pregătească cu mai mult vin alb decât roşu la petrecere, dacă va crede că musafirii vor bea din acesta mai mult decât din cel roşu, inclusiv la cocteiluri.

Dacă nu aveţi chelneri la petrecerea dumneavoastră de acasă, puneţi pe masă o sticlă de vin alb şi una de vin roşu (folosind suporturile de argint pentru pahare puse pentru a proteja faţa de masă). Gazda, ajutorul gazdei (bărbat sau femeie) îi serveşte pe musafiri cu un vin sau altul, după preferinţe, şi umple din nou paharele invitaţilor

(fără ca aceştia să fie nevoiţi s-o roage). O gazdă trebuie să aibă grijă să roage pe unul dintre musafirii ei să se ocupe de servitul vinului la celălalt capăt al mesei: "Jeff, vrei, te rog frumos, să fii maestrul nostru de ceremonii în servirea vinului la acel capăt al mesei?" Jeff, acceptând această sarcină, trebuie să aibă grijă ca paharele să fie tot timpul pline. Un musafir care este lacom şi doreşte să-şi umple propriul pahar mai des decât ceilalţi, dă dovadă de lipsă de maniere dacă îl ignoră pe Jeff şi apucă sticla pentru a-şi turna singur în pahar.

Dacă un dineu acasă constă din mai multe mese mici, în loc de una mare, la fiecare masă trebuie să-şi ia cineva sarcina de a servi vinul. Totuşi, un invitat se mai poate servi şi singur dacă mai doreşte, după ce i s-a turnat primul pahar.

Carafele de vin roşu şi de vin alb arată foarte decorativ pe masă şi, în societatea de azi, este indicat să fie folosite la orice gen de petrecere, oficială sau neoficială. Carafa mai are şi un alt scop. Dacă nu eşti chiar mândru de vinul pe care îl serveşti, carafa îl face să devină anonim.

Vinul servit într-un restaurant sau în sala de mese a unui hotel

Într-un restaurant foarte luxos, un sommelier (paharnic) se ocupă de servirea vinului, deşi această persoană face parte dintr-o categorie pe cale de dispariţie în multe oraşe. Deseori un şef de sală, sau un chelner, este instruit să se ocupe de servirea vinului cu aproape aceeaşi *strălucire* ca cea a unui sommelier.

O sticlă de vin roşu, bun, este aceea care n-a „răsuflat"; după destupare, dopul este înmânat gazdei, care îl apasă între degete (ca să-i testeze umiditatea) şi apoi îl miroase pentru a se convinge că nu este complet uscat. După ce face un semn cu capul de încuviinţare paharnicului, acesta din urmă trece la turnarea unei mici cantităţi de vin în paharul gazdei. Atunci gazda miroase buchetul vinului (nu într-un mod extravagant, ci decent), apoi ia o înghiţitură, se opreşte o secundă şi încuviinţează din nou din cap spre paharnic sau chelner. Vinul este după aceea turnat în paharul fiecărui musafir - nu mai mult de jumătate de pahar. Paharul gazdei va fi umplut ultimul.

Un alt motiv pentru care se toarnă mai întâi puţin vin în paharul gazdei este pentru a înlătura posibilele firimituri de dop, care au rămas pe gâtul sticlei când a fost scos dopul (aceste resturi de dop trebuie să fie în paharul gazdei şi nu al invitaţilor).

Dacă este o bucăţică de dop vizibilă, paharnicul de clasă va da gazdei un alt pahar înainte de a i-l umple cu vin până la jumătate.

O gazdă gustă tot aşa şi vinul alb pe care l-a comandat, înainte de a-l oferi musafirului, dar nu-i adulmecă buchetul pentru că majoritatea vinurilor albe nu au un buchet comparabil cu al celor roşii.

Un tânăr director care nu locuieşte în oraş, neîndemânatic în postura de gazdă şi neştiutor în materie de vinuri, a oferit clienţilor lui un dineu, la un restaurant de categoria întâi din New York. Când paharnicul i-a întins dopul, s-a uitat la dop perplex pentru câteva secunde, apoi a luat o hotărîre, aşa cum fac toţi directorii buni. A muşcat o bucăţică din dop şi a mâncat-o!

Dacă eşti gazdă la un prânz sau la o cină la restaurant şi nu ştii nimic despre vin, dă lista cu vinurile unui oaspete pe care îl ştii că este un bun cunoscător. Paharnicul sau chelnerul trebuie instruit ca atunci când este adus vinul la masă, să ofere prima sorbitură pentru degustare musafirului care l-a comandat, nu ţie (dacă eşti gazda unui

număr mai mare de şase persoane, trebuie să selectezi vinurile singur).

Dacă se întâmplă să fii tu musafirul care comandă vinul pentru gazda ta, procedează cu grijă în ceea ce priveşte cheltuiala pe care o va suporta el. Dacă te afli deja într-un restaurant scump, vei trage concluzia în mod logic că gazda ta ştie la ce s-a angajat, aşa că nu trebuie să comanzi cel mai ieftin sortiment de pe lista de vinuri. Dar nici nu trebuie să-l faci să prezinte contabilului companici sale o notă de plată, pentru vinuri, scandaloasă. Comandă din categoria celor care au preţuri medii.

Dacă eşti gazdă la o masă, să nu te simţi niciodată stânjenit să comanzi un vin modest - inclusiv vinul casei într-o carafă, în special la prânz. (A comanda vinul casei este mai puţin apreciat la un dineu, dar de obicei poţi găsi pe listă, o sticlă de vin, la un preţ convenabil).

Am văzut, într-o zi, o persoană tânără comandând o carafă din vinul casei pentru grupul său la prânz. Când a fost adus, a insistat, rugând chelnerul să toarne o mică cantitate în paharul lui, pentru ca să-l deguste şi să încuviinţeze înainte de a fi servit celorlalţi. (El suferea de un fel de aroganţă exagerată.)

Când bei vinul casei, nu-l mai mirosi, nu-i discuta calitatea sau lipsa calităţii; bea-l pur şi simplu şi bucură-te de el fără comentarii.

Dacă ai vreo îndoială în legătură cu ceea ce faci, nu returna o sticlă ca fiind nepotrivită pentru consumaţie. Dacă un vin este alterat, desigur că trebuie trimis înapoi pentru a fi înlocuit cu o altă sticlă pe care n-o vei plăti. Un vin care s-a acrit sau oţetit este tulbure şi te arde pe gât. Dacă ai impresia că vinul e alterat, roagă paharnicul sau chelnerul angajat de tine să-l guste. Dacă el continuă să susţină că nu este nici o problemă, dar tu ştii că nu este aşa, stăpâneşte-te.

Când te hotărăşti să comanzi vin roşu sau vin alb, când vine chelnerul pentru a-ţi lua comanda, e bine să-i întrebi pe invitaţi ce preferinţe au. Dacă majoritatea celor din grup beau vin roşu, pentru felurile de mâncare cu carne, dar unul dintre musafiri mănâncă peşte şi doreşte vin alb, gazda trebuie să-i ofere acelei persoane un pahar de vin alb. Gazda trebuie să-i ofere un alt pahar de vin alb atunci când a terminat de băut primul pahar. Dacă jumătate din grup preferă vin alb, iar cealaltă jumătate vin roşu, gazda trebuie să comande câte o sticlă din fiecare şi apoi să comande din nou din cea care s-a terminat mai repede, ori de câte ori este cazul.

Dacă bei de obicei vin alb şi gazda ta a comandat o sticlă nemaipomenită de vin roşu (ca de exemplu un Château Haut Brion), nu este cazul să mai comanzi vin alb pentru tine. Faptul de a fi servit dintr-o sticlă de vin roşu excelent trebuie privit ca o experienţă deosebită. Bea o cantitate foarte mică din vinul roşu (lasă-i pe alţii să aibă parte de cantităţi mai mari pentru paharele lor).

Dacă gazda a comandat un vin excepţional ca acesta, cererea ta de a bea un pahar de vin alb ar fi un act care ar distruge cheful celorlalţi - şi încă unul total lipsit de rafinament.

Ca să te documentezi în domeniul vinurilor, bineînţeles că poţi să iei cu tine la restaurant un material informativ ca "Enciclopedia de buzunar pentru vinuri" a lui Hugh Johnson (Simon şi Schuster, 1984), pentru a-ţi verifica informaţiile asupra recoltelor deosebite.

Este de asemenea folositor "Ghidul de buzunar pentru vin" al Barbarei Ensrud (Perigee, 1982) şi, desigur, "Ghidul lui Grossman despre vinuri, bere şi băuturi spirtoase" (Fiii lui Charles Scribner, 1983) ar fi de mare folos.

Cel mai important lucru pe care trebuie să-l reţii în legătură cu vinurile este că, în calitate de gazdă, trebuie să fii atent ca paharele invitaţilor tăi să fie umplute întotdeauna înaintea paharului tău.

Distracţie în stil mare

Organizatorul unei mari recepţii cu caracter social

(*vezi, de asemenea, cap. 5*, "Întâlniri, conferinţe şi seminarii").

Cea mai mare parte a programelor de divertisment în afaceri, în această ţară, sunt simple şi organizate de către gazda din executiv, probabil cu ajutorul unui secretar sau asistent din rândul personalului, iar în cazul unei petreceri date acasă, cu ajutorul soţului (soţiei). O mare recepţie de afaceri şi de societate, pe de altă parte, cere aptitudini de organizare şi o grijă constantă din partea cuiva din personal, sau a unui consultant din afară. Acest membru al executivului sau consultantul din exterior trebuie să exercite o coordonare eficientă pe trei planuri, între conducerea superioară, directorul care înlesneşte ţinerea recepţiei în locul respectiv şi el însuşi. Un cocteil pentru 200 de persoane sau un dineu pentru 100 de persoane este genul de manifestare care cere contribuţia unui profesionist.

Persoana din serviciul de protocol

Genurile de oameni care conduc petrecerile echipei directoriale sunt de obicei aşa-numiţii planificatori de petreceri, regizori ai manifestărilor deosebite, sau (în unele bănci) funcţionari de protocol. Cei care se ocupă de protocol conduc organizarea şi supraveghează tot ceea ce asigură succesul unei petreceri.

Responsabilităţile organizatorului de petreceri

- *Lista cu oaspeţi*
  Alcătuieşte lista cu invitaţii şi o dă direcţiunii pentru a fi aprobată.
- *Invitaţiile*
  Supraveghează designul, realizarea şi trimiterea prin poştă a invitaţiilor.
  Alcătuieşte R.S.V.P.*-urile.
  Pregăteşte o ultimă listă a invitaţilor pentru personalul care va fi folosit la petrecere.
- *Coordonarea cu hotelul, restaurantul, cu organizatorul banchetului, din partea clubului sau cu furnizorul.*
  Selectează meniul şi băuturile.
  Ia hotărîri în legătură cu decorarea, locului unde va avea loc petrecerea (flori, culorile lenjeriei folosite etc.).
  Se convinge că desfăşurarea distracţiilor este asigurată cum trebuie din partea hotelului (echipamentele electronice şi sistemul sonor de care este nevoie etc.).
- *Distracţiile*
  Semnează contractele cu interpreţii, oamenii care întreţin buna dispoziţie la o petrecere şi cu actorii.

---

* R.S.V.P. - répondez s'il vous plait (vă rugăm să răspundeţi)

Se ocupă de asigurarea călătoriei lor, a timpului afectat repetiţiilor etc.

- *Protocolul*

Organizează numerotarea cărţilor de vizită pentru pupitre şi mese şi a diagramelor locurilor. Supraveghează plasarea cărţilor de vizită pe mese.

Organizează un grup de primire şi prezentare a gazdelor şi a musafirilor de onoare.

Coordonează desfăşurarea programului, angajează un maistru de ceremonii şi stabileşte locul în care trebuie pusă estrada.

Instruirea unei persoane din rândul personalului care îndeplineşte funcţia de cozeur

Când una dintre companiile mici sau de dimensiuni medii (prea mică pentru a avea un coordonator de întâlniri în rândul personalului său) se angajează în organizarea unui mare număr de programe distractive, care fac parte din planul de afaceri, este înţelept să instruiască un executiv care cunoaşte bunele maniere în societate, să se ocupe şi de această îndatorire, pe lângă celelalte responsabilităţi pe care le are. Aceasta trebuie să fie o persoană cu gust, care ştie cum să organizeze, să fie receptivă şi să ştie să se poarte cu oamenii (trăsătură necesară pentru aproape orice funcţie de conducere).

Acest coordonator al manifestărilor deosebite trebuie să fie în stare să facă faţă unei situaţii grele, să se descurce în cazurile de urgenţă şi să aibă spirit inventiv, să muncească eficient. El sau ea ar trebui să consulte cu grijă întreaga parte care se ocupă de distracţii, din *"Cartea completă de etichetă"* a lui Amy Vanderbilt (Doubleday, 1978), ca şi o carte bună despre decorarea cu flori (ca de exemplu *"Distrarea cu ajutorul florilor"* de Ronaldo Maia, editată de Harry N. Abrams, 1978) şi unele cărţi bune pe această temă (ca de exemplu *"Distracţiile"* de Martha Stewart, editată de Crown, 1982).

În afară de a citi cărţi despre divertisment, acest executiv trebuie:

- Să ceară să petreacă câteva zile cu furnizorul folosit în mod obişnuit de compania lui, pentru petrecerile foarte mari, în vederea informării în mod nemijlocit în legătură cu anvergura pregătirilor unei asemenea manifestări.
- Să observe îndeaproape recepţiile organizate de alte corporaţii. Aceasta se poate aranja când consiliul său de administraţie cunoaşte pe cineva din conducerea superioară de la altă corporaţie şi explică acesteia că persoana din colectivul său se pregăteşte şi ar vrea să vadă felul în care se fac pregătirile pentru o recepţie importantă.
- Invită la prânz nişte persoane care se ocupă cu manifestările deosebite sau consultanţi pentru petreceri, pentru a căpăta cât mai multe informaţii.

Consultanţi din afară angajaţi pentru organizarea unor mari recepţii

Recepţiile speciale şi petrecerile organizate în interes de afaceri au luat asemenea proporţii în lumea afacerilor încât în ultimul deceniu s-a dezvoltat, mai ales în oraşele mari, un întreg spectru de consultanţi profesionişti. Printre aceştia există firme specializate în organizarea recepţiilor, consultanţi pentru organizarea petrecerilor şi furnizori care sunt totodată şi designeri de petreceri.

Firme specializate în organizarea de manifestări deosebite

Acestea se specializează în organizarea manifestărilor pentru strângere de fonduri de la grupurile politice şi de la instituţiile nonprofit şi regizează, de asemenea, şi petrecerile unor companii.

Ele pot aparţine unor companii sau unor persoane particulare. Pot fi reperate prin informaţii care circulă din gură în gură sau prin urmărirea relatărilor din ziare ale manifestărilor de succes (în cel de-al doilea caz, cheamă secretara gazdei care a dat petrecerea pentru a afla numele firmei care s-a ocupat de manifestarea respectivă).

Consultanţi pentru organizarea petrecerilor

Aceştia pot fi:

- O vestită gazdă din oraş.
- Un designer de interioare cunoscut pentru gustul şi flerul său.
- Un florar cu un talent deosebit pentru designul întregii petreceri, nu numai al decorării florale.
- Un director departamental pentru manifestări care se ocupă în plus şi de organizarea de petreceri.

Munca alături de un furnizor de alimente

Trăim într-o lume plină de furnizori, indiferent dacă ştim sau nu acest lucru. Suntem în mod repetat hrăniţi de furnizori care au pregătit şi servesc mâncarea oricând, de la prânzul din sala de şedinţe a Consiliului de administraţie până la cina din foaierul unui cinema. Contăm pe furnizori să ne aprovizioneze cu prânzuri în avioanele corporaţiei, să ne hrănească la zaiafeturile sponsorizate de companie sau să ne servească vinul şi cina cu ocazia inaugurării unui nou sediu de corporaţie. Furnizorii ne aprovizionează cu toate, de la cocteilurile din curtea instituţiei până la micul dejun la întâlniri de mare competenţă.

Unii furnizori sunt şi designeri rafinaţi de petreceri. Alţii sunt pur şi simplu proprietari ai unor firme comerciale pentru prestare de servicii. Trebuie să-ţi cunoşti furnizorul - şi să-i cunoşti atât limitele, cât şi aptitudinile artistice - înainte de a-l angaja pentru organizarea recepţiilor tale.

Găsirea unui furnizor. Cel mai bun mod de a găsi un bun furnizor este prin referinţe luate de la alte persoane. Probabil că ai fost recent la o petrecere impresionantă. Întreabă-l pe chelner ce furnizor reprezintă (în New York, chelnerii de la petrecerile aranjate de furnizori posedă, de obicei, cărţi de vizită de afaceri pe care le scot din buzunar de fiecare dată când un musafir dă dovadă de interes în acest sens). După ce ai obţinut numele mai multor furnizori, cere referinţe despre ei şi apoi verifică-le.

Coordonarea cu furnizorul tău. Dacă tu şi furnizorul aţi mai lucrat împreună înainte, s-ar putea să cădeţi de acord asupra pregătirii petrecerii luând legătura doar prin telefon. Altfel, un reprezentant al fundaţiei furnizorilor îţi va face o vizită. Locul, data, anvergura şi genul de petrecere, bugetul, şi sugestii în legătură cu decorul pot fi discutate chiar la această primă întâlnire, astfel încât preţul estimativ

să fie realist. Când un furnizor îţi prezintă nota de plată, poţi să încerci să mai contactezi şi pe alţii pentru a compara preţul total, şi să găseşti ceva mai puţin costisitor. De obicei, vei descoperi că estimarea cheltuielilor este destul de asemănătoare (un furnizor poate oferi la un preţ mai scăzut un serviciu, dar un altul este mai scump). O dată ce ai luat o hotărîre, pune-ţi toată încrederea în furnizorul tău; promite-i că veţi mai încheia şi alte afaceri dacă se va descurca foarte bine. Dacă el îşi îndeplineşte cum trebuie atribuţiile şi nu face cheltuieli inutile, probabil că vei avea mult succes în asociere cu el.

Este un procedeu standard ca un furnizor să ceară de la corporaţia gazdă un avans, între 15 şi 50 la sută din totalul cheltuielilor pentru petrecere.

Unii furnizori cer plata integrală înainte de a începe petrecerea, alţii cer ca plata totală să se facă la încheierea petrecerii, înainte de a părăsi locul respectiv.

Dacă o companie îşi amână petrecerea cu două săptămâni de la data stabilită, mulţi furnizori vor cere banii care ar fi reprezentat profitul net pe care l-ar fi obţinut de la petrecere (de exemplu: diferenţa dintre preţul total pentru care s-a stabilit contractul şi cheltuielile pentru petrecerea reală).

Înainte de a încheia o afacere cu un furnizor, coordonatorul de petreceri al companiei trebuie să studieze care sunt cele mai avantajoase condiţii pentru încheierea contractului acestei manifestări. Dacă este vorba despre o petrecere foarte mare, în aer liber de exemplu, este înţelept din partea companiei să-şi facă o poliţă de asigurare pentru condiţiile atmosferice, astfel încât dacă va trebui ca manifestarea să fie amânată, compania de asigurări să plătească furnizorului taxele de contramandare .

O dată ce fiecare detaliu a fost pus la punct, lasă mână liberă furnizorului tău să-şi asume responsabilitatea. Multe activităţi au fost întârziate, împiedicate, chiar sabotate datorită faptului că persoana care a angajat furnizorul nu l-a lăsat pe acesta (sau pe aceasta) să-şi facă meseria. Cicăleala continuă şi însoţirea peste tot, de către personalul corporaţiei, a personalului furnizorului şi amestecarea în orice problemă în legătură cu organizarea petrecerii va stânjen orice furnizor, oricât de bun ar fi el. Gândeşte-te dinainte la toate instrucţiunile pe care ai vrea să le urmeze furnizorul tău, scrie-le pe o listă, dă-i lista, şi el va ţine cont de ele.

O dată l-am angajat pe Donald Bruce-White pentru o petrecere care ţinea de dimineaţă până seara, cu ocazia inaugurării noilor saloane de prezentare ale companiei de mobilă "Baker" din New York. Am petrecut foarte mult timp împreună, făcând planuri (puricând, cum obişnuia să zică Donald) şi negociind înainte de începerea pregătirii manifestării. De vreme ce petrecerea începea dimineaţa mai târziu, nu m-am amestecat în pregătire, deoarece organizaţia Bruce-White trebuia să organizeze trei petreceri, total diferite ca gen, în intervalul de 8 ore. Erau câteva mii de invitaţi care participau la această petrecere, care începea dimineaţa târziu cu o masă servită între micul-dejun şi prânz (şi distracţii); care continuau cu un ceai la ora trei cu un alt gen de distracţii, şi unde, bineînţeles, se servea mâncare, diferită de cea de dimineaţă. În cele din urmă, la cinci şi jumătate urma o petrecere cu un bogat sortiment de cocteiluri, la care un nou grup de persoane care întreţin veselia la o petrecere, îi salutau şi îi primeau pe invitaţii care soseau. (Chelnerii mi-au spus după aceea că observaseră mai mulţi oaspeţi care veniseră de dimineaţă şi stătuseră la toată petrecerea, până la ora 20.) Organizaţia Bruce-White s-a mişcat în timpul zilei ca o armată foarte bine instruită în executarea manevrelor, în ciuda faptului că deseori se aflau în încăpere 1 000 de persoane în acelaşi timp.

Obligă pe organizatorul banchetului sau pe furnizor să îşi dea toată silinţa în ceea ce priveşte prezentarea mâncării. Ţine minte că prezentarea mâncării nu ţine numai de vizual. Când un fel de mâncare caldă este prezentat aburind şi un fel de mâncare rece este prezentat rece ca gheaţa, mâncarea respectivă este de două ori mai gustoasă. Corporaţiile care cheltuiesc sute de mii de dolari pentru recepţiile de societate trebuie să insiste asupra necesităţii unei prezentări frumoase şi aspectoase.

Furnizorii conduc în ziua de azi evoluţia în ceea ce priveşte prezentarea în domeniul alimentar, descori fiind în competiţie pentru a da dovadă de cele mai originale idei. Compania "Glorious Foods", din New York, organizează felurile de mâncare pentru bufet încât acestea par a fi o pictură de Ghirlandaio din epoca Renaşterii. Ei rulează struguri fără seminţe într-un amestec de Roquefort şi brânzeturi smântânoase, apoi trec strugurii prin fistic pisat şi îi aranjează pe un platou în ciorchini mari, ca nişte struguri exotici proaspeţi, culeşi parcă atunci din vie. Tony O'Meara, furnizor din New York, umple o jucărie de copii, în formă de barcă cu pânze, cu cruditäţi şi o face să plutească pe o mare albastră dintr-un material textil, pe fundalul unei insule tropicale, realizată din fructe, legume, ferigi şi plante uscate. Firma "Gaper" din Chicago serveşte zmeură proaspătă, după care îţi lasă gura apă, în coşuleţe făcute din fâşii de aluat împletite. Firma "Braun" din Washington pune un cuib de pasăre, făcut din tăiţei cu tomate, pe o masă de bufet şi îl umple cu ouă de prepeliţă marinate, decorate cu flori minuscule. Firma "Ridgewell" din Washington serveşte o prăjiturică englezească la desert, într-o vază mică din lut, cu o decoraţie de frunze mici verzi şi o lopăţică de jucărie pe care oaspeţii o folosesc în loc de linguriţă. Firma "Donald Bruce-White" din New York îndeasă minuscule violete zaharisite în albuş de ou caramelizat ca pe nişte insule plutitoare (Oeufs a la neige).

Organizatorul de petreceri al unei corporaţii invită chiar pe şeful sălii de mese a executivului să vadă felul în care sunt prezentate preparatele culinare, de fiecare dată, când compania este gazda unei recepţii de care s-a ocupat ca furnizor, astfel încât respectivul şef să poată să-şi dea cu părerea în legătură cu decorarea platourilor. Mâncarea pare mai gustoasă când este prezentată în mod atrăgător.

Înţelegerea importanţei servirii mâncării

Unul dintre aspectele cele mai importante ale muncii unui coordonator de întâlniri, consultant pentru petreceri sau organizator de manifestări deosebite, este de a se ocupa de calitatea servirii la recepţiile din cadrul companiei. Felul în care arată chelnerul sau chelneriţa - uniformele lor, curate lună şi apretate, mâinile şi unghiile curate, pieptănătura îngrijită - este extrem de important pentru a crea atmosfera necesară unui prânz sau unei cine. Atitudinea unui chelner - buna dispoziţie şi bunăvoinţa cu care răspunde la întrebări şi cu care face un drum în plus până la bucătărie, dacă este necesar - poate într-adevăr să contribuie la reuşita unei petreceri.

Cunosc un coordonator de întâlniri (femeie) care se ocupă de toate manifestările distractive ale companiei sale. El acordă tot ajutorul, dând sfaturi cu multă pricepere înainte de masă şi, când totul s-a sfârşit, ţine un mic discurs despre treaba "bine făcută"!

Drept rezultat, *chelneriii îşi dau într-adevăr osteneala* să contribuie la succesul recepţiei. Ea le-a spus că după părerea sa ei sunt cheia succesului întregii serate. Succesul este indiscutabil dacă ei sunt motivaţi. Ea îi face astfel să fie mândri de treaba pe care au făcut-o.

Unii din personal nu sunt îndeajuns de motivaţi, nu sunt încurajaţi de coordonatorii de şedinţe sau de supraveghetorii de restaurante, de săli de mese de la hoteluri, sau de la întreprinderile furnizoare. Aceştia ţipă la personalul de serviciu să facă lucrurile repede, să-i dea zor cu orice preţ (şi drept rezultat, că "îi dau zor", supa se opreşte pe jacheta sau pe rochia cuiva). Unii chelneri acţionează sub o asemenea presiune încât îţi înşfacă furculiţa din mână în zelul lor de a debarasa masa. Acest gen de servire produce oricui indigestie. Este de datoria persoanei care supraveghează petrecerea să fie atentă la detalii negative ca acesta şi să-i corecteze, vorbind cu chelnerul şef.

Un alt aspect important al servitului mesei constă în felul în care este porţionată mâncarea în farfurii. Nu trebuie să fie pusă niciodată o cantitate prea mare - aceasta taie pofta de mâncare. O porţie pusă cu prea multă zgârcenie îl face pe invitat să se întrebe pentru ce se zgârceşte gazda lui cu mâncarea. Coordonatorul petrecerii trebuie să se asigure că în fiecare farfurie se află cantitatea de mâncare care trebuie şi că arată atrăgător, având alături poate şi o mică garnitură.

Numărul chelnerilor poate fi redus, economisindu-se bani, atunci când mâncarea este pusă pe farfurii încă de la bucătărie şi apoi servită la masă. Totuşi, este mult mai elegant dacă chelnerii sunt îndeajuns de îndemânatici să servească pe fiecare musafir de pe un platou mare (servind întotdeauna bineînţeles din stânga). În acest caz chelnerul ţine o lingură şi o furculiţă aşezate în formă de foarfece într-o mână, în timp ce cu cealaltă ţine platoul.

El ridică de pe platou fiecare porţie de mâncare ce i se cuvine unui invitat şi o pune cu grijă, chiar estetic, cu garnitura, pe farfuria caldă (sau răcită, în funcţie de felul de mâncare servit - rece/cald) a musafirului. Un platou de servit tipic trebuie să conţină câte două bucăţi de friptură de vacă (pentru fiecare persoană), o mică porţie de cartofi, o roşie la grătar, o grămăjoară de sparanghel acoperită cu un strat subţire de piper roşu de Jamaica şi o ciupercă mare, umplută.

Sosurile trebuie servite separat.

Servirea cafelei şi a băuturilor după cină

(Pentru trabucuri, *vezi* "Manierele pentru trabucuri", spre sfârşitul capitolului)

La petrecerile oficiale, cafeaua trebuie servită *după* desert (nu în timpul mesei) în ceşcuţe speciale pentru servirea cafelei. Multe restaurante nu au astfel de ceşcuţe de cafea, în care caz sunt bune şi ceştile obişnuite.

Musafirilor trebuie să li se ofere posibilitatea de a alege între a o servi cu lapte, cu zahăr sau cu zaharină. Musafirilor trebuie să li se ofere la alegere cafea pură sau cafea decofeinizată.

Nu se servesc băuturi alcoolice la prânz, decât dacă este o întâlnire de afaceri diplomatice oficială. Seara, băuturile trebuie să fie servite pe o tavă, în pahare speciale pentru fiecare, urmate de cafeaua de după desert. Trebuie să fie oferite cel puţin două posibilităţi de alegere, un fel de coniac (rachiu) şi o băutură dulce, ca de exemplu o oranjadă sau un lichior. (Într-un restaurant, cineva poate să aleagă, dacă doreşte, dintr-o mare varietate de băuturi tari.)

La o serată organizată acasă, cafeaua şi băuturile alcoolice pot fi servite la masă

sau în living, în bibliotecă sau pe terasa unde se mută toţi invitaţii după ce au terminat de mâncat. Majoritatea femeilor americane nu agreează deloc vechea tradiţie europeană de separare a invitaţilor în funcţie de sex, după cină. De aceea, o gazdă de afaceri înţeleaptă nu-i lasă pe bărbaţi să alunge femeile spunându-le să se mute în altă parte pentru a servi cafeaua şi lichiorurile.

Mulţumiri pentru o treabă bine făcută

La sfârşitul unei petreceri foarte reuşite, coordonatorul petrecerii trebuie să mulţumească furnizorului şef şi asociaţilor lui pentru eforturile depuse. Este amabil din partea ta să dai un bacşiş de 20 de dolari chelnerului şef şi un supliment de 10 dolari chelnerilor, dar nu este obligatoriu.

Probabil cea mai importantă formă de mulţumire pe care o poate primi conducătorul grupului furnizor este o scrisoare semnată de Consiliul de administraţie, felicitând firma pentru munca bine făcută. Acest gen de scrisoare este o nepreţuită recomandare în vederea încheierii unor viitoare contracte cu alte companii.

Organizarea unei mari recepţii de afaceri: Lista de control

Logistica organizării unei mari recepţii de societate şi de afaceri este atât de complexă, încât persoana care se ocupă de organizarea manifestării are neapărată nevoie de o listă de verificare.

Este o idee bună să foloseşti un format mai mult sau mai puţin standard pentru această listă de verificare, decât să întocmeşti tu însuţi câte una, la întâmplare, pentru fiecare manifestare. Aceasta va uşura planificarea logisticii evenimentului. Vei avea un cadru organizatoric potrivit pe baza căruia să lucrezi. Se va reduce astfel pericolul de a scăpa din vedere vreun detaliu important în ultimul moment. În plus, vei descoperi că fiecare listă de verificare devine un document nepreţuit care poate fi consultat cu uşurinţă când vei pregăti o altă recepţie.

Cel ilustrat aici este pentru planificarea unei serate dansante, sobre, desfăşurată în interiorul biroului unei noi ramuri industriale, a cărei deschidere oficială va avea loc a doua zi. Acest dineu, pentru un grup foarte distins de musafiri, este urmat de dans într-un loc acoperit (umbrar) construit special pentru această ocazie, în spaţiul de parcare. Elementele acestui eveniment deosebit - pe care îl vom descrie în detaliu - sunt dispuse într-un carnet după cum urmează:

Pagina

1. Cine, ce, unde, când şi de ce.
2. Bugetul.
3. Invitaţia.
4. Lista de oaspeţi în ordine alfabetică (poate să conţină mai multe pagini).
5. Responsabilităţile furnizorului.
6. Florarul.
7. Aranjarea încăperii.
8. Aşezarea la masă.
9. Lista de protocol.
10. Umbrarul.
11. Programul şi posibilităţile de destindere.

Cine, ce, când, unde şi de ce

Un mare dineu, important

(data)———

Adresa: Telefonul: Numele:

Timpul:
Tipul de afacere:
Gazda:
Colaboratorul apropiat al gazdei:
Scopul:
Nr. dorit de musafiri:

Lista cu informaţii privitoare la musafiri

Compartimentul răspunzător:
Persoana însărcinată cu selectarea participanţilor:
Telefonul executivului:
Nr. total de invitaţii trimise:
Data aprobării listei finale:
Numele funcţionarului care a aprobat-o:

Bugetul petrecerii

Este foarte important să ai şi o cifră reprezentând bugetul, aprobată de direcţiune şi o listă alcătuită cu acurateţe a sumelor, aşa cum reies din contracte, astfel încât să nu rezulte un buget deficitar.

În continuare iată genul de listă de verificare a bugetului care trebuie să fie întocmită, pentru serata dansantă, de către biroul unui serviciu financiar.

Evenimentul _____ Data evenimentului _____ Locul _____
Totalul bugetului aprobat de direcţiune: (dolari) _____
Stabilit de: (numele funcţionarului departamentului şi funcţia) _____
Listă de facilităţi: (nu este aplicabilă în acest caz) _____
Repartizarea bugetului furnizorului: (bugetul unui hotel sau al unui restaurant va fi diferit, bineînţeles)
Personalul angajat (chelneri, valeţi care parchează maşinile, persoane angajate pentru garderobă, pentru toalete, personalul de la bucătărie etc.)
Mâncare _____
Băuturi tari şi băuturi nealcoolice _____

Sume pentru închirierea utilajului (lenjerie, porţelanuri, cristaluri, tacâmuri, veselă, dispozitive pentru garderobă, mese, scaune, covoare dacă e nevoie) _____
Taxe, remize şi bacşişuri suplimentare pentru personalul cheie _____
Total: _____

Construirea umbrarului (incluzând covoare, perdele, iluminat) Total: _____
Alocarea bugetului pentru florărie:
Aranjamentele florale _____
Aranjamente decorative de pus pe mijlocul mesei _____
Închirierile de copaci şi plante _____ Total: _____
Muzică şi divertisment, incluzând sumele date pentru iluminat
şi pentru instalaţii de sunet (dinainte, din timpul şi de după cină) _____
Sumele alocate papetăriei (invitaţii, cărţi de vizită pentru
indicarea locului, liste de bucate, programe): _____
Securitate suplimentară: _____
Limuzina pusă la dispoziţie pentru oaspeţi de onoare) _____
Fotograf: _____
Fondul pentru cheltuieli neprevăzute: _____
TOTAL GENERAL: _____

Invitaţia

INVITAŢIILE

Numărul de invitaţii ce trebuie comandat: _____

DESIGN-ul

Numele designerului: _____
Numele firmei: _____
Numărul de telefon: _____
Data la care modelul a fost supus aprobării:
Data la care a fost aprobat modelul : _____cine l-a aprobat: _____
Data la care va fi livrat produsul finit: _____

TIPĂRITURA

Numele tipografului: _____
Numele firmei: _____
Adresa: _____
Nr. telefon: _____
Data la care i-a fost încredinţat tipografului manuscrisul: _____
Data probei finale aprobării: _____ cine a aprobat: _____
Data la care comanda poate fi ridicată de la tipografie: _____

EXPEDIEREA

Supraveghetorul comunicării, al închiderii plicului, timbrării şi expedierii:_____
Oficiul poştal (dacă e cazul) care se ocupă cu expedierea:
Număr: _____ Adresă: _____
Contact _____ Nr. tel. _____
Data la care a fost livrat oficiului poştal materialul : _____
Data expedierii prin poştă a invitaţiilor: _____

NOTĂ: Poţi să prevezi, de asemenea, un spaţiu gol pentru copia invitaţiei, în vederea unor schimbări rapide, dacă o persoană va fi suplinită de alta şi cu a cui aprobare.

(Vezi şi Cap. 9 "Invitaţii şi răspunsurile lor, sfaturi despre formulare şi format")

Paginile cu lista oaspeţilor în ordine alfabetică

Lista musafirilor invitaţi, în ordine alfabetică de la A la Z
Pentru: (data): ————————

Cl — Client
P — Membru al personalului

IC — Personalităţi civice
O — Oficialităţi cu titluri
CE — Celebrităţi
PC — Prieteni ai companiei (bancheri, avocaţi etc.)
A — Acceptare
R — Regret

din data _____
nr. total al acceptărilor _____

Nume	Titlu	Adresa	Tel.	Cate-gorie	Acceptare/ Scuză	Data primirii răspunsului

*Al II-lea rând de musafiri. Data invitaţiei:

* Dacă există un număr mare de scuze (refuzuri), dar mai este încă timp, persoana care se ocupă de trimiterea invitaţilor trebuie să înmâneze invitaţii celui „de-al II-lea rând" de musafiri, pentru a asigura o reprezentare completă la cină:

Responsabilităţile organizatorului

Lista cu obligaţiile organizatorului

Nume _____ Adresă _____ Contract _____ Nr. tel. _____

	Mâncarea care urmează să fie servită	Vinuri, băuturi nealcolizate care urmează să fie servite
Tip cocteil	_____	_____
Ora	_____	_____
Cina	_____	_____
După cină	_____	_____
(în umbrar)	_____	_____

Ajutoare angajate

Nr. de ajutoare în bucătărie _____ Nr. chelnerilor şi chelneriţelor _____

Garderobieri _____ Valeţi pentru parcarea maşinilor _____

Îngrijitoare pentru toaletă _____

Toaletele:

Sunt potrivite pentru musafir? _____

Numărul de săpunuri şi prosoape pentru musafiri _____

Sunt necesare anexe portabile? _____

Securitatea suplimentară

Este necesară? _____ O va asigura organizatorul? _____

Nr. de persoane de care este nevoie _____

Numele companiei din afară care se ocupă cu această problemă _____

Contact _____Tel. _____

Flori

Florile şi vegetaţia folosite la decorarea încăperilor trebuie să fie selectate în concordanţă cu natura acţiunilor care se vor desfăşura în perimetrul în care sunt plasate. Nu risca să descoperi cu întârziere că ele contravin realizării unor acţiuni de către cei prezenţi la întrunire. De exemplu, sfătuieşte întotdeauna florăria să-ţi furnizeze aranjamente pentru masă care să nu-i încurce pe cei care stau faţă în faţă, sau să nu se poată vedea. (Am învăţat acest lucru în timpul administraţiei Kennedy, la Casa Albă, când a trebuit să abandonăm tradiţionalele aranjamente florale tip turn, deoarece reuşeau cu succes să-i împiedice să se vadă pe oaspeţii aşezaţi la masă faţă în faţă).

Florărie

Firma _____Adresa_____ Nr. tel._____

Flori şi vegetaţie pentru:

Perimetrul rezervat pentru cocteil _____

În perimetrul rezervat pentru cină _____

Aranjamentele din centrul mesei: Nr. necesar _____ schema _____

Aranjamentul din capul mesei? _____

Copăceii şi plantele închiriate pentru a decora perimetrul

Umbrar

Ţăruşii umbrarului împodobiţi? _____

Vegetaţie împrejurul estradei pentru orchestră? _____

Mici aranjamente necesare pentru măsuţe? _____

Dacă da, câte? _____

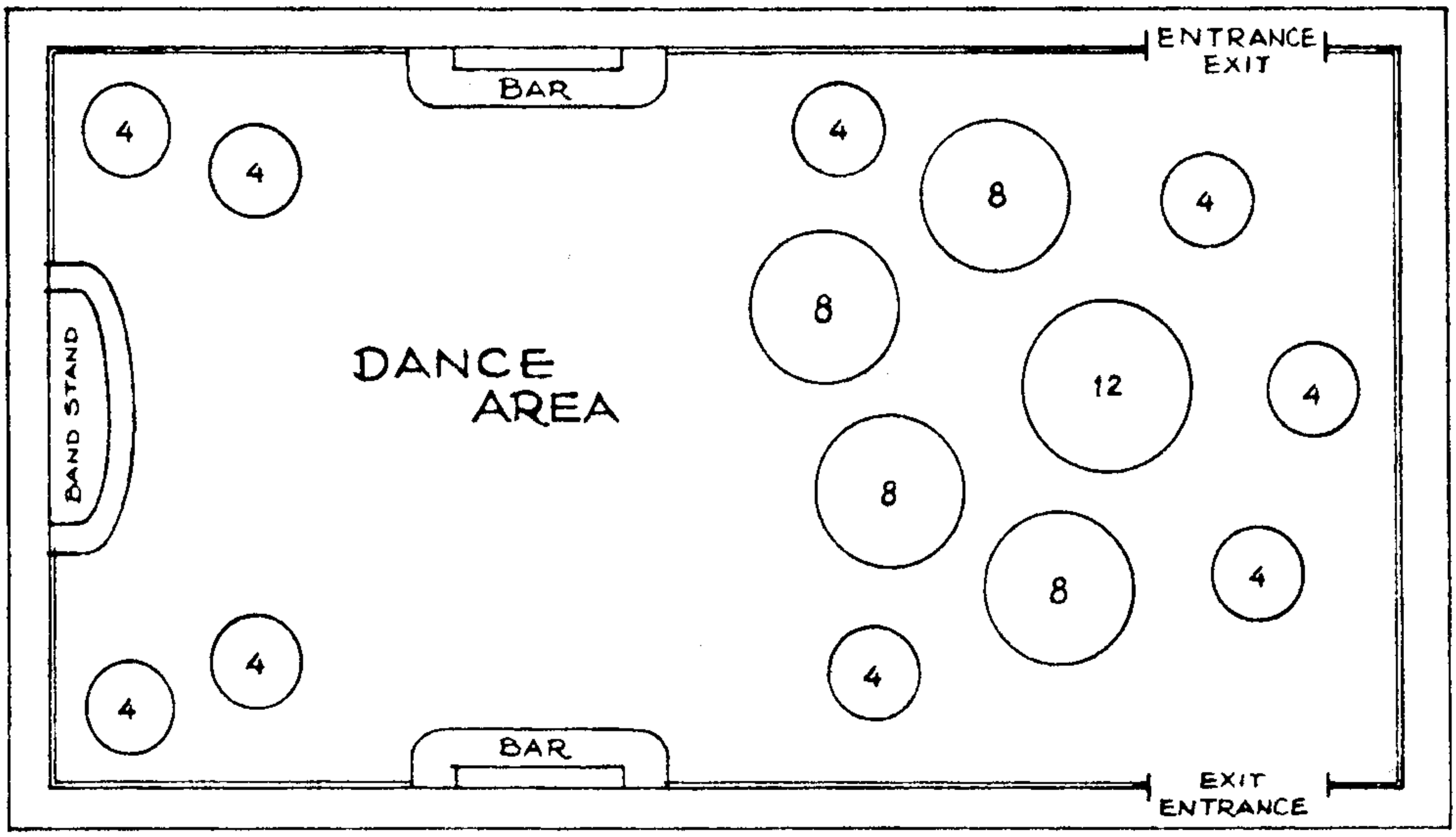
Aranjamente în cameră

Aranjamentul camerei
(să fie desenat special pentru fiecare petrecere)

Perimetrul în care este organizat cocteilul
(Amplasarea barurilor, măsuţelor, scaunelor, formaţia muzicală şi microfoanele, dacă este cazul)

Perimetrul pentru cină
(Forma şi dimensiunile tuturor meselor pentru cină. Fiecare să fie numerotată).

Perimetrul umbrarului
(Unde se află ringul de dans şi formaţia muzicală, mesele de bar şi poziţia meselor şi scaunelor - stil cafenea - pentru musafiri)



Camera aranjată pentru dans, după cină (nu are nevoie decât de măsuţe, deoarece oamenii vor dansa).

Lista pentru protocol

Personalul necesar pentru primirea musafirilor la intrare _____
Nr. meselor necesare: _____
Cărţi de vizită de rezervare pentru mese? _____ În stoc _____ De comandat ____
Număr necesar _____Persoana care se ocupă_____
Câte diagrame cu locurile trebuie să fie făcute? _____De către cine să fie făcute? _____
Cărţi de vizită indicând locul: Nr. necesar _____ În stoc sau de comandat_____
Numele să fie: Scrise de mână _____ Dactilografiate _____ Scrise caligrafic ____
Listele de bucate: Nr. necesar: _____ Scrise de mână _____
Dactilografiate _____ Caligrafiate şi offset _____
Persoana răspunzătoare _____
Persoana care se ocupă de plasarea invitaţilor pe locuri _____ tel. int. _____
Biroul de primire: Unde? _____ Nume (astfel încât să fie puse la rând unele după altele)

_____
_____
_____

Va exista o persoană care să facă prezentările? _____ Nume _____
Numele personalului "care lucrează la organizarea petrecerii"

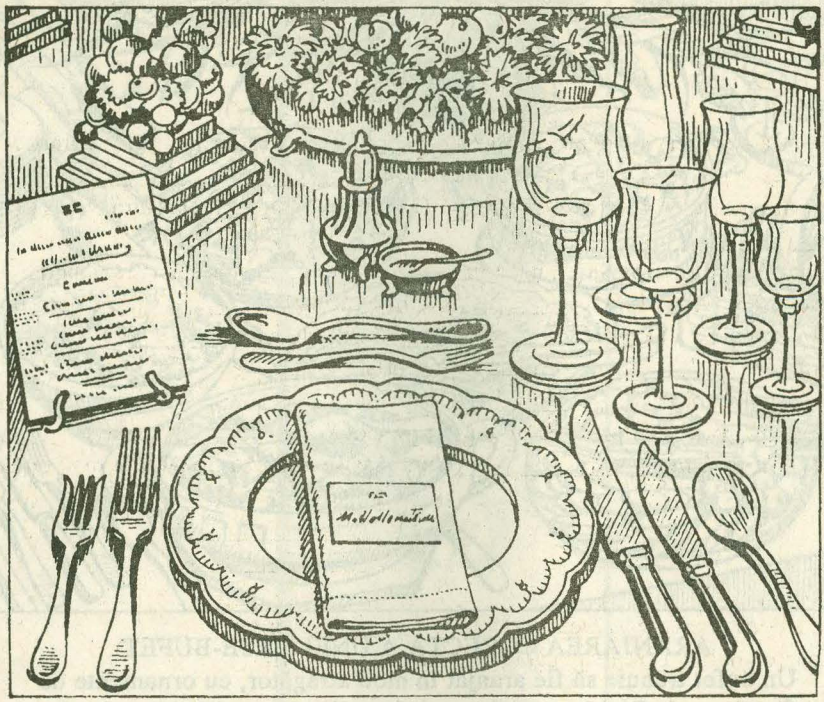
_____
_____

Nr. de copii stabilit după lista de musafiri _____

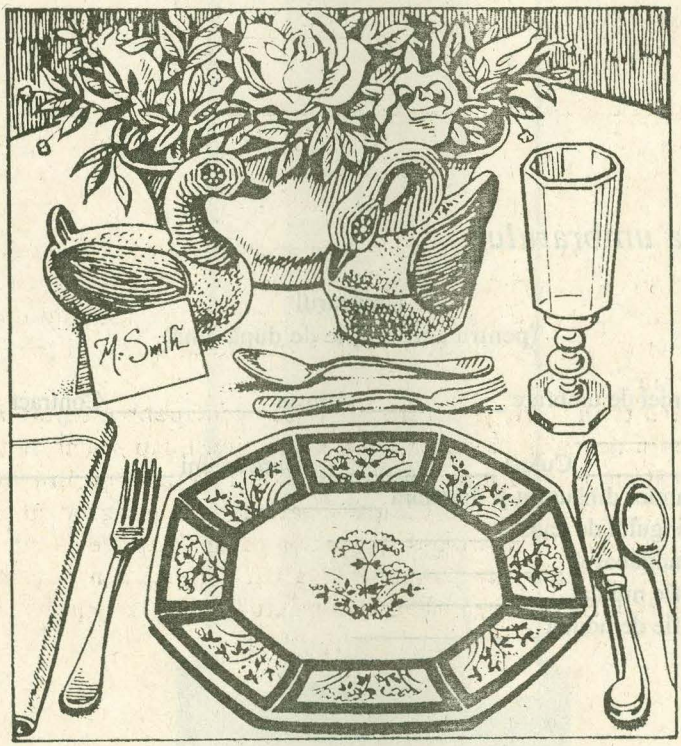
Cu cât sunt mai multe feluri de mâncare cu atât este nevoie de mai multe tacâmuri. Fiecare fel de mâncare îşi are tacâmul lui.

Mai întâi lingura de supă; următorul fel este peştele, deci se folosesc furculiţa şi cuţitul cu care se mănâncă peşte; următorul fel este miel, deci sunt folosite cuţitul şi furculiţa obişnuite.

Atât pentru prânz, cât şi pentru cină este uşor pentru oricine să plaseze ustensilele pentru desert în partea din faţă a farfuriei. Luaţi seama că pentru prânz nu se pune decât un pahar pentru vin; la cină există un pahar pentru sherry care se bea la consommé, plasat în partea dreaptă dinafară, apoi, mergând spre interior, un pahar de vin alb (vinul alb pentru peşte), apoi un pahar mai mare de vin roşu (pentru miel) şi în sfârşit un pahar de şampanie (înalt şi delicat) pentru şampania de la desert. Paharul cel mare de lângă tacâmurile pentru desert este pentru apă.



Aranjarea unui loc pentru o cină oficială



Aranjarea unui loc pentru servirea prânzului

ARANJAREA CORECTĂ A UNEI MESE-BUFET

Un bufet trebuie să fie aranjat în mod atrăgător, cu ornamente de fructe sau de flori în centrul mesei şi cu dispunerea diferită a pieselor de servit. Farfuriile, tacâmurile şi şervetele trebuie puse laolaltă.

Închirierea umbrarului

Umbrarul
(pentru activităţile de după cină)

Numele companiei de umbrare _____ Adresa _____ Contract _____
Nr. tel. _____
Forma _____ Culori _____ Dimensiuni _____
Culoarea covoarelor dinăuntru şi din afară _____
Dimensiunile ringului de dans _____
Sunt necesare radiatoare? _____
Data la care să fie montat _____
Data la care să fie demontat _____

Aranjamente pentru distracţii

Program de divertisment

Programe tipărite puse pe mese? _____ Persoana care răspunde _____
Nr. ce trebuie comandat _____
Maeştri de ceremonii: _____
Nr. telefon _____
Numele celor care vorbesc: _____ Nr. tel. _____
_____ Nr. tel. _____
Cei angajaţi pentru a susţine programul de divertisment:
Numele agentului şi nr. tel. _____
Numele agentului şi nr. tel. _____

Organizaţiile
muzicale: _____ Contract şi tel. _____
_____ Contract şi tel. _____
_____ Contract şi tel. _____
Ora la care trebuie să înceapă programul _____ora la care se termină _____
Lista secvenţelor manifestării:

1.
2.
3.
4.
5.
6.

Numele companiei care montează estrada pentru orchestră: _____ Nr. tel. _____
Echipamentul de sunet şi iluminare necesar _____
Compania care aprovizionează _____ Nr. tel. _____
Sistemul de sonorizare în sufragerie _____ În umbrar _____
Microfoanele necesare în sufragerie _____ În umbrar _____
Pupitre necesare în sufragerie _____ Pentru umbrar _____
Iluminatul convenit _____

Sfaturi cu privire la reducerile făcute la buget

Dacă observi că depăşeşti bugetul, va trebui să reduci din cheltuieli. Acest lucru poate fi făcut în câteva moduri, dar există şi câteva lucruri pe care trebuie să eviţi să le reduci.

Modalităţi de reducere	*Lucrurile pe care trebuie să eviţi să le reduci*
Reducerea numărului de musafiri invitaţi	Nu-i reduce pe toţi oamenii tineri de pe o lista de invitaţi, pentru că este foarte greu cu bătrânele "personalităţi". Acestora le place să aibă feţe tinere şi atrăgătoare în jurul lor pentru că acestea aduc un plus de vioiciune petrecerii.
Scoate mâncărurile de lux, cum ar fi caviarul şi mai taie din numărul felurilor de mâncare. Poţi omite peştele şi să laşi supa; poţi tăia salata cu brânză ca un fel separat şi lasă doar o salată mică (ca garnitură la felul principal de mâncare).	Să nu scazi calitatea mâncării pe care o serveşti. Mai abine le serveşti doar două feluri de mâncare dar acesta să fie delicioase.
Dacă ai şi vin roşu şi vin alb în meniu, lasă numai un fel. Dacă ai şampanie la desert, renunţă la ea.	Nu servi vin ieftin, de proastă calitate. Mai bine dă-le musafirilor numai apă.
Exclude programul de divertisment dacă trebuie, sau redu numărul muzicanţilor şi câteva de numerele din spectacol.	Nu schimba un protagonist bun cu unul de care nu ai auzit niciodată şi care este "ieftin". Mai bine nu dai nici un program de divertisment decât să oferi unul de proastă calitate.
Redu aranjamentele florale de pe mese şi înlocuieşte-le cu vegetaţie. Dacă planifi-case-şi o schemă floral exotică şi scumpă, înlocuieşte-o cu ceva care să fie tot frumos dar simplu.	Nu schimba florile şi vegetaţia naturale cu plastic sau orice fel de material contrafăcut. Mai bine să nu ai nimic pe masă.
Dacă ai depăşit cu mult bugetul, elimină umbrarul şi ringul de dans. Aranjează să se danseze în perimetrul în care s-a servit cina, în interior.	Nu înlocui muzica de orchestră cu muzica înregistrată, pentru un dans convenţional. Mai bine să nu se danseaze.

Întocmirea listei de musafiri

Lista de oaspeţi bine întocmită este, bineînţeles, o condiţie prealabilă pentru asigurarea succesului petrecerii.

Mulţi observatori cred că listele de musafiri sunt întocmite la întâmplare, mai mult cu persoane "impuse" de alţii sau de legea ospitalităţii decât cu persoane distinse, care ar fi de preferat.

Probabil cele mai importante liste de musafiri existente sunt cele de la Casa Albă întocmite pentru petrecerile Preşedintelui şi ale Primei doamne a ţării. Când conduceam personalul doamnei Jackline F. Kennedy la Casa Albă, am întocmit liste de musafiri potenţiali pe categorii separate, în funcţie de profesiile şi interesele lor. De exemplu, aveam liste separate pentru: conducătorii superiori din guvern şi lideri din administraţie; politicieni; cele mai importante personalităţi naţionale (şi internaţionale) din artă, educaţie şi ştiinţă; diplomaţi străini; lideri ai sectoarelor nonprofit; ofiţeri, funcţionari superiori din conducerea executivului marilor corporaţii; personalităţi din lumea sportului şi vedete din industria spectacolului; personalităţi locale ale societăţii din Washington şi aşa mai departe.

La momentul oportun era foarte simplu să întocmim o listă de oaspeţi distinşi, echilibrată, alegând nume din toate acele liste. Îi combinam pe cei tineri cu cei vârstnici. Combinarea prezintă interes pentru că celebrităţile dintr-un domeniu sunt bucuroase să se întâlnească cu celebrităţile din alte domenii. Teoria aceasta este aplicabilă şi când întocmeşti o listă de musafiri pentru compania ta, chiar dacă nu ai celebrităţi la îndemână. Geniile în computere din lumea noastră au nevoie să se aşeze în apropierea unui pianist şi a unei vedete sportive din baseball şi vice-versa. Oamenii obişnuiţi obosesc văzând ani în şir aceleaşi grupuleţe formate pe categorii sociale. Apariţia unor figuri noi, proaspete constituie cea mai bună asigurare a succesului unei petreceri.

Orice companie, mică sau mare, trebuie să dispună de liste proprii, computerizate conţinând numărul musafirilor potenţiali. Într-o companie mică sau mijlocie, listele probabil că vor fi cel mai bine ţinute de biroul consiliului de administraţie; într-o corporaţie mare trebuie să fie păstrate în biroul persoanei care se ocupă de organizarea distracţiilor corporaţiei (organizatorii de întruniri, responsabilii pentru evenimente speciale etc.).

Listele respective trebuie să se încadreze în aceste categorii:

- *Personalităţi "necesare" în afaceri* - clienţi şi cumpărători principali; clienţi potenţiali; executivul superior din banca companiei, firma legală; agenţii de publicitate, companii pentru relaţiile cu publicul, firme pentru evidenţa contabilă; vânzători etc. Toţi executivii superiori trebuie să-şi asume responsabilitatea şi să furnizeze listei de bază nume de maximă prioritate, de câte ori se iveşte ocazia.
- *Oficialităţi* - guvernatorul statului, primarul oraşului, membrii Congresului din statul şi regiunea respective etc.
- *"Personalităţi marcante care se adaugă"* - scriitori locali, artişti, oameni de ştiinţă; rectorul universităţii locale; directori de spitale şi muzee; muzicieni, campioni, eroi din lumea sportului etc.
- *Presa.* Dacă dai o recepţie importantă probabil că vrei ca presa locală să scrie despre ea şi, acest lucru trebuie aranjat de personalul tău, care se ocupă de relaţiile cu publicul sau de agenţia ta de relaţii cu publicul. Totuşi de multe ori vei da poate o recepţie de relaţii sociale şi de afaceri unde nu este autorizată presa. Acesta este cel mai bun prilej de a invita ziarişti distinşi din oraşul tău (de la ziare, televiziune, radio şi reviste) să ia parte la recepţia ta (însoţiţi de partenerii de viaţă dacă este o seară de afaceri unde pot fi prezenţi şi ei). Prin aceasta se obţine bunăvoinţa ziariştilor, şi majoritatea musafirilor din lumea afacerilor vor fi flataţi să vorbească cu membrii de frunte ai celei de a patra puteri în stat.

Dacă eşti o companie mică fără posibilităţi de relaţii cu publicul şi organizezi o întrunire de societate la care vor participa oameni de renume din oraşul tău, invită-l

pe crainicul tău favorit de la televiziune sau pe editorul ziarului tău preferat, să participe ca invitat de onoare şi nu ca reporter. Jurnaliştii s-ar putea să fie prea ocupaţi ca să vină, dar dacă continui să-ţi extinzi invitaţia în cadrul masmediei din oraşul tău, unii dintre destinatari vor veni şi contactele tale cu masmedia se vor dezvolta considerabil.

- *Musafirii din rândurile personalului.* Membrii din rândul personalului, care participă la recepţiile companiei, trebuie să fie aleşi cu grijă, dacă-ţi sunt superiori sau pentru că afacerea cade în aria lor de acţiune în companie, ori pentru că ştiu să "întreţină atmosfera, cu dibăcie.

Un bun "întreţinător de atmosferă la o petrecere" un extrovertit - care se simte în largul lui oricând şi oriunde şi ştie să se descurce dacă se află într-o situaţie penibilă - constituie întotdeauna un punct câştigat. (Orice companie ar trebui să fie îndeajuns de norocoasă să aibă unul sau doi membri din această categorie în rândurile personalului său).

Ţinerea la zi a listelor de invitaţi

Listele de invitaţi au nevoie de o permanentă aducere la zi. Numele celor pentru care nu mai sunt motive să fie invitaţi trebuiesc şterse şi înlocuite cu numele celor care trebuie să fie invitaţi la ceva în timpul anului. Cineva trebuie să fie însărcinat cu operarea corecturilor în listă, inclusiv corectări ale situaţiei persoanelor ca atunci când o persoană îşi schimbă titlul, adresa locului de muncă, statutul social sau numele.

Cel mai bun tip de listă înregistrează nu numai numele, titlul, adresa firmei, numele partenerului de viaţă corecte ale persoanei, ci şi ocaziile cu care persoana sau cuplul a fost invitată şi dacă invitaţia a fost acceptată sau nu. Dacă nu este posibil să înmagazinezi aceste informaţii într-un computer, atunci poate fi ţinută o fişă alfabetică de 3"x5". Cele ce urmează pot constitui un exemplu în ceea ce priveşte evidenţa invitaţiilor acceptate:

LEGVAY, Dr. şi D-na Roger (Colette)
Director de cercetări, VICNOLAX INC
Adresa: Nr. tel
Invitaţii:

Prânz 4/4/83	dr.a acceptat
Cină 12/3/83	dr. şi dna refuzat
Cocteiluri 6/17/84	dr. şi dna au acceptat

Este bine să fie marcate divorţurile şi numele noilor parteneri de viaţă, dacă este vorba de o recăsătorie.

Nu uita când ai un musafir din alt oraş ca oaspete de onoare la un eveniment cu caracter social, nu este numai delicat, dar este şi un câştig pentru toţi, dacă-i trimiţi o listă adnotată frumos dactilografiată, cu musafirii care vor participa la recepţia ta. Oaspetele de onoare va avea posibilitatea să studieze lista şi apoi se va putea comporta mult mai inteligent cu oamenii pe care-i va întâlni. Lista trebuie să specifice titlul şi orice lucru semnificativ despre soţii cât şi despre soţiile acestora de pe listă - orice de la faptul că "Au nouă copii", până la "El ca fost preşedinte al acestei corporaţii când avea doar 24 de ani".

Distrându-te când te ocupi de divertisment

Este o favoare pentru oaspeţi - şi cu siguranţă şi pentru oaspetele de onoare, dacă există - o gazdă care întreţine buna dispoziţie la o recepţie de afaceri. Aceasta evident, marchează un eveniment deosebit. De exemplu, distracţia, poate să fie organizată cu ocazia petrecerii pe care o găzduieşte compania într-o seară, a unor întâlniri de trei zile a reprezentanţilor din întreaga industrie sau când sunt sărbătoriţi producătorii de frunte ai anului pentru care compania dă o petrecere la un dineu; când este o aniversare deosebită a companiei sau când compania găzduieşte ultimul meci al Campionatelor mondiale în care a jucat echipa locală (fie că ea a câştigat, fie că a pierdut).

"O distracţie bună" înseamnă ceva potrivit pentru un anumit grup de oaspeţi într-o anumită ocazie. "O distracţie bună" înseamnă un spectacol dat de nişte interpreţi buni sau de tinerele talente locale: într-o interpretare bună şi cu o durată rezonabilă. Oaspeţii în general apreciază faptul că gazda s-a străduit din greu şi uneori a cheltuit mult pentru a le furniza acest program de destindere. El creează o atmosferă bună la o petrecere şi îi înveseleşte pe toţi.

Divertismentul la cina unei corporaţii mici nu este necesar, fiindcă oapeţii sunt în general absorbiţi de discuţiile lor personale. Introducerea unor animatori în mijlocul lor le-ar distrage atenţia şi i-ar face să se simtă jenaţi. Totuşi, când un cocteil are peste 30 de invitaţi, interpretarea unui Cole Porter de către un pianist poate fi într-adevăr foarte plăcută. Când numărul invitaţilor trece de 30, puţină muzică, după servirea mesei, este foarte relaxantă şi plăcută.

Persoana care se ocupă de programul de divertisment

Planificatorul întrunirilor, organizatorul evenimentelor deosebite sau personalul desemnat cu organizarea distracţiilor, pot considera că le-ar fi de folos serviciile unui consultant în probleme de divertisment, din afara companiei, care este familiarizat şi are experienţă în contactul cu artiştii şi în încheierea de contracte (Artiştii pot fi contactaţi direct sau prin impresarii lor).

Consultanţii pe probleme de divertisment sunt la curent cu întregul domeniu artistic, de la muzica rock la cea de operă şi de la scamatori la balerini. Ştiu când o stea a fotbalului studiază în secret pentru a deveni cântăreţ de muzică clasică (poate fi invitat să facă vreo câteva remarci şi apoi să îi surprindă pe toţi interpretând o arie de operă); ei ştiu când o vestită vedetă a devenit prea dependentă de droguri pentru a mai putea fi capabilă să dea vreodată vreun spectacol. Ştiu cum să realizeze programe de calitate încadrându-se într-un buget, precum şi cum să stăpânească un artist temperamental sau ce să facă în cazul în care un artist îşi contramandează apariţia în ultimul minut.

Un consultant pe probleme de distracţii poate găsi cimpoaie şi kilt-uri pentru o premieră în stil scoţian, la deschiderea unei filiale a companiei, sau un balerin pe rotile, profesionist pentru o petrecere organizată pentru angajaţii companiei pe un spaţiu de parcare. El poate găsi un cor "o cappella" care să cânte colinde în anticamera unui birou, de Crăciun, sau să angajeze cu un negustor ambulant de îngheţată, care cântă muzică de operă, să participe la sărbătorirea aniversării companiei.

Un bun consultant pe probleme de divertisment se găseşte prin intermediul recomandărilor de la unul la altul. Poţi lua recomandări de la planificatorii de întruniri care l-au folosit.

Câteodată nu trebuie să apelezi neapărat la un maestru renumit ca să găseşti un talent profesionist. Există uneori excelente talente locale, de exemplu, la catedra de muzică, dans sau teatru a facultăţii. Este un dublu succes atunci când o companie dă un spectacol public (care este chiar mai ieftin) folosind un talent regional disponibil.

Când angajezi diferiţi actori şi grupuri muzicale pentru o recepţie a companiei tale, consultă listacu evidenţa celor ce vor lua cuvântul şi a celor ce participă în spectacol, a interpreţilor. (Cap. 6.).

Muzica de fond

Când o companie furnizează oaspeţilor ei plăcerea unui fond muzical - în timpul cocteilului dinaintea cinei, de exemplu, trebuie să ţină seama că musafirii vor şi au nevoie să poarte discuţii fără a trebui să strige unii la alţii pentru a se face auziţi. Sunetul muzicii trebuie controlat pentru a fi auzit cu un volum moderat, astfel încât timpanele oaspeţilor să rămână intacte. Unele companii fac greşeala de a plasa muzicanţii prea aproape de musafiri sau dau muzica atât de tare încât nu mai seamănă a recepţie ci a discotecă frenetică. Când se întâmplă astfel, oaspeţii devin extenuaţi şi frustraţi, încercând să se facă auziţi pe deasupra "zgomotului".

Un fond muzical bun are un volum mic şi este calmant.

Nu trebuie să fie "muzică antică", aşa cum numesc uneori tinerii muzica de dinaintea anilor '70, dar nu trebuie să fie zgomotoasă sau discordantă. Este politicos din partea oaspeţilor să bată din palme când o formaţie de jazz, de lângă ei, îşi termină numărul sau când un cvartet de muzică de cameră termină interpretarea unei piese muzicale. Înseamnă foarte mult pentru un muzician să ştie că, măcar câţiva dintre cei de faţă, l-a ascultat şi i-a apreciat muzica. O persoană amabilă ar trebui să se apropie de ei, la un moment dat şi să le spună că "sunt într-adevăr buni şi că este o plăcere şă-i asculţi...".

Un program după cină

Un program muzical de după cină, nu trebuie să dureze niciodată mai mult de o jumătate de oră. Oamenii sunt obosiţi şi, în general, ei şi-ar dori să se întindă în pat după ce au consumat o masă copioasă la o recepţie de afaceri. Un scurt concert îi încântă; unul lung îi epuizează. Când ai muzicieni (sau orice altceva de genul acesta) care să evolueze după cină, trebuie să le pui la dispoziţie oaspeţilor un mic program, mai înainte să se explice cine este interpretul şi ce o să interpreteze el sau ea. Acele note de program pot însemna lansarea într-o carieră. Preşedinţii seratelor oferite în onoarea cuiva, fac câteodată îngrozitoarea greşeală de a programa discursuri după cină urmate de două sau mai multe reprezentaţii. Preşedintele U.S.A. dă un bun exemplu. Toasturile de la Casa Albă sunt limitate la doi lideri, a două ţări, fiecare durând între 10 şi 15 minute. Programul muzical, de teatru sau de dans, care urmează după masă nu durează niciodată mai mult de 30 de minute (uneori chiar mai puţin).

Precauţia când este vorba de actorii de comedie

Actorii comici sunt deseori interpreţi încântători, dar tu trebuie să vizionezi ceea ce vor prezenta înainte de a-i angaja.

Unii actori de comedie folosesc material care este lipsit de gust şi plin de insinuări sexuale, care pot fi foarte bune pentru Las Vegas, dar nu pentru o recepţie a companiei tale.

Un actor comic poate mai degrabă să îndepărteze decât să amuze publicul.

Totuşi, un actor de comedie inteligent cu adevărat, unul care nu se bazează pe glume obscene pentru a stârni râsul, poate asigura succesul unei petreceri şi să-i distreze pe invitaţi (mai ales, dacă i s-au dat informaţii despre compania ta, şi poate face ironii fine).

PROBLEME DE PROTOCOL PENTRU MARILE DINEURI OFICIALE - CUM POT FI FĂCUTE LUCRURILE CORECT

. Felul în care "se presupune că ar trebui să fie făcute" lucrurile în materie de divertisment nu este doar fantezia cuiva. Este rodul unei tradiţii îndelungate care s-a dezvoltat ca rezultat al unor greşeli şi al unor procese, care au durat secole, în încercarea de a găsi cel mai eficient şi onorabil mod de a întâmpina regi şi regine, diplomaţi şi şefi de state.

Tu nu trebuie să primeşti în sufrageria executivului sau la tine acasă regi şi regine, sau conducători din întreaga lume, dar oricine din lumea afacerilor care ajunge la un anumit nivel trebuie să ştie cum să se comporte sau *trebuie să ştie să-i spună altcuiva ce este corect şi ce nu.*

Multe din corporaţiile Americii - de la toate nivelurile - sunt total incapabile să înţeleagă complexitatea organizării unei manifestări sau să trateze în mod corect personalităţile.

Aceasta presupune multă muncă. Cu cât recepţia este mai mare, cu atât presupune bineînţeles, mai multă muncă, dar regulile de bază ale organizării rămân aceleaşi, indiferent de dimensiunile proiectului.

Ignorarea protocolului nu poate duce decât la o petrecere neîngrijită şi dezorganizată, cu musafiri nemulţumiţi. Această situaţie poate fi numită aruncarea banilor pe fereastră!

Rolul celui mai apropiat colaborator al gazdei şi a celui care contribuie la bunul mers al petrecerii la o mare recepţie

Cel mai apropiat colaborator al a gazdei, la o întrunire de afaceri poate fi un coleg sau un subordonat; pentru o petrecere la care vin şi partenerii de viaţă, acest colaborator este soţul sau soţia gazdei. În cazul unei petreceri mari, cu multe mese rotunde, trebuie să existe o gazdă şi, cum spuneam mai sus, un colaborator permanent al gazdei (care o ajută preluând din îndatoririle gazdei) din partea companiei, la fiecare masă, pentru a avea siguranţa că oaspeţii sunt prezenţi, informaţi corect despre desfăşurarea recepţiei (şi printre altele despre compania-gazdă) şi că toată lumea se distrează bine.

Cei din executiv care sunt prezentabili şi sociabili sunt buni pentru a îndeplini rolul de colaborator al gazdei. Tot aşa sunt şi prietenii distinşi ai companiei sau ai firmei, cum ar fi avocatul, economistul şef, şeful agenţiei publicitare, şeful firmei de relaţii cu publicul care servesc compania etc. O gazdă sau o persoană care este colaborator al gazdei companiei, la o recepţie de proporţii mari, joacă un rol foarte

important în crearea atmosferei la masa ei sau a lui.

Cei din rândul personalului care dau o mână de ajutor la petreceri, şi se pricep la asta, pot face diferenţa dintre succesul şi eşecul unei asemenea manifestări. În general, tinerii executivi inteligenţi sunt cele mai bune ajutoare în organizarea petrecerilor. Când ei sunt prezenţi la o recepţie de afaceri, nu se află acolo ca să se distreze, ci ca să contribuie la succesul recepţiei. Sunt acolo pentru a ajuta să fie făcute prezentările, pentru a aduce doamnele fără parteneri de dans pe ring, ca să facă conversaţie în grupurile în care oamenii stau trişti şi băţoşi. Ei se află acolo să fie siguri că dnul Important o întâlneşte pe dna Importantă care vine din alt oraş, pentru că oamenilor importanţi le place să se cunoască unii pe alţii. Ei se află acolo ca să facă cunoştinţă personalităţilor organizaţiei, cu dl Important şi dna Importantă, pentru că pentru aceştia din urmă înseamnă foarte mult să schimbe o vorbă cu celebrităţile actuale.

Datorită experienţei oamenii care fac parte din personal se specializează în a fi de ajutor. Are văduva fostului preşedinte pe cineva care s-o conducă acasă? Şi-a pierdut şeful delegaţiei comerciale japoneze ochelarii? Vreun membru al presei l-a pus în încurcătură pe preşedintele companiei, care arată nenorocit şi ca prins într-o capcană? Cei care contribuie la bunul mers al petrecerii sunt prezenţi pentru a fi atenţi la tot ce se întâmplă în jurul lor şi pentru a sări să dea o mână de ajutor oriunde şi oricând pot. (Când vor deveni membri ai Consiliului de administraţie, ei înşişi vor putea lăsa pe altcineva să facă această muncă nu totdeauna agreabilă!).

Prezentarea oaspeţilor înainte de recepţie.

Când nu există o echipă de primire

Când sunt mai puţin de 60 de invitaţi, nu-şi are rostul o echipă de primire, dar unul sau doi membri din personal trebuie să aibă grijă ca fiecare persoană care soseşte să fie prezentată gazdei întrunirii. Acest lucru este deosebit de important în cazul în care gazda nu-i cunoaşte personal pe toţi musafirii.

Gazda trebuie să stea lângă uşa camerei astfel încât să fie disponibilă să-şi întâmpine toţi musafirii. Există practica obişnuită ca o gazdă, zărind un client sau un prieten apropiat să se retragă cu el într-un colţ pentru o lungă conversaţie. Aceasta poate distruge foarte uşor buna dispoziţie a petrecerii. La o întrunire de 50 de persoane, de exemplu, toţi cei din cameră văd unde se află gazda, cu cine vorbeşte şi cât timp. Tuturor oaspeţilor trebuie să li se acorde, mai mult sau mai puţin, un timp egal, chiar dacă gazdei i-ar place mai mult să se retragă într-un colţ ca să discute cu o persoană importantă.

O persoană din partea personalului trebuie să rămână la uşă ca să se asigure că orice persoană care intră în cameră este adusă în faţa gazdei. Odată ce musafirul a fost prezentat, gazda sau persoana din partea personalului trebuie să cheme chelnerul, sau pe altcineva, care să-l conducă pe musafir la bar. Persoana din partea personalului trebuie, de asemenea, să facă cunoştinţă fiecărui nou venit cu una sau două persoane, astfel încât noul venit să poată participa la un grup care discută şi să nu rămână singur ca un străin, fără să cunoască pe nimeni şi simţindu-se ca o fată fără partener de dans.

Echipa de primire

O echipă de primire este de un imens ajutor la o petrecere cu peste 60 de invitaţi. Dacă mulţi dintre ei nu cunosc gazda personal sau nu se cunosc între ei, o echipă de primire şi ecusoanele îi vor ajuta pe oameni să se identifice unii pe alţii şi să converseze mai uşor.

Nimic nu este mai îngrozitor decât să te afli înţepenit într-o cameră mare plină cu o mulţime de feţe necunoscute, întrebându-te cine sunt.

Musafirii, care habar nu au cine şi unde sunt gazdele, încep imediat să nu le mai pese. Atunci, petrecerea este rece, impersonală şi cu siguranţă începută cu stângul.

• *Trebuie găsit locul potrivit* pentru plasarea echipei de primire, astfel încât scurgerea traficului să nu fie obstrucţionată şi majoritatea celorlalţi să poată lua contact cu echipa de primire pe măsură ce petrecerea îşi urmează cursul. (Există o curiozitate naturală în legătură cu cine soseşte; treaba echipei de primire constituie pentru unii oameni un fel de sport de corporaţie).

Echipa trebuie să fie aşezată în interiorul perimetrului în care se face petrecerea, lângă intrare dar nu lângă o trecere aglomerată sau lângă casa scării ceea ce ar face să se blocheze uşa. Nu trebuie să fie în apropierea locului de unde este servită mâncarea şi a barului, fiindcă poate provoca aglomerări în trafic.

• *Cât timp trebuie să rămână în formaţie echipa de primire* depinde de dimensiunile petrecerii. Pentru un cocteil, pentru cinci sute de persoane, cu o durată de două ore, gazdele trebuie să rămână în formaţie timp de o oră, astfel încât fiecare oaspete să aibă posibilitatea să dea mâna cu ele. Dacă marea majoritate a oaspeţilor a sosit într-un interval scurt de timp, echipa se poate sparge şi gazdele pot circula prin încăpere.

• *Compunerea echipei este bineînţeles, foarte importantă.* Trebuie să fie cât se poate de mică. Pentru o petrecere strict de afaceri, partenerii de viaţă nu trebuie să facă parte din echipă. Totuşi, dacă oaspetele de onoare dintr-un alt oraş sau altă ţară este însoţit de partenerul lui de viaţă, partenerul de viaţă al gazdei corporaţiei gazdă poate să facă parte din echipa de primire.

• *Dacă o femeie executiv face parte din echipa de primire oficială,* soţiile executivilor care sunt de asemenea, în această echipă de primire nu trebuie să stea alături de soţii lor în grupul echipei de primire.

Femeia executiv se află acolo pentru o afacere şi nu în mod particular.

• *Dacă numele mai multor gazde ale corporaţiei figurează pe invitaţie,* este de preferat ca ele să nu stea la un loc în aceeaşi echipă de primire. Ar îngreuna procesul. Gazdele trebuie să-şi dicteze numele literă cu literă în grupuri nu mai mari de 3-1 persoane, astfel încât invitaţii să poată trece destul de repede. O petrecere cu o echipă de primire concepută din multe persoane, luarea de contact cu ea, devine repede o formalitate obositoare, care-i face pe oaspeţi nerăbdători, plictisindu-se să aştepte la rând atât de mult.

• *Când un ajutor din partea personalului vede că rândul celor care sunt primiţi s-a făcut prea mare* trebuie să facă ceva pentru a-l micşora. Aceasta constând în avertizarea gazdei superioare: "Rândul a ajuns în stradă! Nu credeţi că ar trebui să grăbim puţin lucrurile?"

Dacă ajutorul din partea personalului pentru bunul mers al petrecerii îşi păstrează simţul umorului şi îşi cere scuze persoanelor pe care le împinge pentru a trece mai repede prin faţa echipei de primire, nu-i va purta nimeni pică. El nu face nimic altceva decât o muncă necesară şi de care va beneficia toată lumea.

• *Dacă în timp ce te afli într-o echipă de primire vrei să bei ceva,* trebuie să o faci cu circumspecţie, dacă nu e posibil, nu o face, chiar deloc. Dacă eşti în echipa de

primire, aşteptând să-ţi saluţi oaspeţii, trebuie să te abţii să bei ceva în mod prea evident. Poţi avea o băutură pe o masă plasată în spatele tău şi să te întorci de câte ori vrei să iei câte o sorbitură; nu trebuie să ţii paharul cu băutură în mână în timp ce strângi mâna oaspetelui cu cealaltă mână.

Nici oaspeţii nu trebuie să ţină în mână un pahar cu băutură în timp ce trec prin faţa echipei care face primirea. Dacă totuşi rândul este foarte lung, oaspetele se poate duce să-şi ia o băutură şi după aceea să se întoarcă la rând. Totuşi când dă mâna cu gazda el trebuie să se descotorosească de pahar punându-l pe o masă din apropiere sau pe tava unui chelner care trece pe acolo.

Importanţa rolului celui care face prezentările

În cazul unei petreceri de mari proporţii este de mare ajutor o persoană din cadrul companiei care să facă prezentările. Acest bărbat sau femeie, stând la intrare împreună cu grupul care întâmpină oaspeţii trebuie să fie bine informat asupra numelor şi titlurilor oaspeţilor, prezentând pe fiecare invitat, primei persoane din rând, pronunţându-i numele clar şi răspicat. O gazdă nu este obligată să ghicească numele oaspeţilor săi. Când oaspeţii se prezintă, îşi fac descori un deserviciu bolborosindu-şi numele şi în consecinţă gazda tot nu ştie cu cine are de a face. O persoană care face prezentările, enunţând numele şi titlurile persoanelor în mod clar este o comoară neprăţuită pentru petrecere şi pentru gazda ei.

Persoana care face prezentările trebuie să salute pe fiecare dintre oaspeţi cu un zâmbet prietenesc şi cu o strângere de mână şi apoi să-l conducă în faţa echipei de primire (dacă acesta nu aşteaptă deja răbdător la capătul echipei). Oaspetele trebuie să-şi spună (fără să i se ceară) numele lui şi al companiei sale pe care cel care face prezentările, le repetă din nou, în mod clar în faţa primei persoane din şirul echipei de primire; "D-le Caldwell, îmi permiteţi să v-o prezint pe Janet McKenzie, reprezentanta noastră pentru mijloacele de comunicare de la Agenţia Spence!". Apoi se întoarce spre musafiră:

"Dră McKenzie, dumnealui este dl Alexander Caldwell, preşedintele nostru". dl Caldwell şi dra McKenzie îşi strâng mâinile, în timp ce persoana care a făcut prezentările se întoarce la locul ei de la intrare pentru a aduce un nou oaspete. Între timp, dl Caldwell trebuie să se întoarcă către persoana din dreapta lui, şi s-o prezinte pe dna McKenzie respectivei persoane: "Charlie, dânsa este Janet McKenzie, reprezentanta noastră la agenţia de publicitate şi legătura cu mijloacele de comunicare în masă". Atunci Charlie trebuie să-i strângă mâna, să-şi spună numele întreg urmat de o mică expresie de bun venit: "Sunt bucuros să vă cunosc." Apoi dra McKenzie trece la următoarea persoană din şir, întinzând mâna spre a o strânge pe cea a persoanei respective şi, de data asta, îşi spune singură numele ei şi pe cel al companiei: "Janet McKenzie, agenţia Spence." Îşi spune numele şi pe cel al companiei, fiecăreia dintre persoanele ce urmează în şir, acestea făcând şi ele acelaşi lucru.

Este măgulitor să fi corect prezentat. Este probabil măgulitor - pentru că aceasta se întâmplă foarte rar!

Aşezarea la o masă oficială de mari proporţii

Aşezarea la masă este un aspect foarte important la petreceri fie că e vorba de o cină privată acasă sau de un prânz pentru 400 persoane la un hotel.

Locurile la masă, la o petrecere de afaceri sponsorizată, în Statele Unite, sunt deseori repartizate la întâmplare şi incorect gândite din punct de vedere protocolar. Chiar şi eu personal am făcut gafe majore în legătură cu aşezarea oamenilor la masă. Când eram secretară socială la ambasada americană din Paris, am aşezat o oficialitate importantă, dintr-un guvern străin, lângă amantul soţiei sale, punându-i într-o situaţie stânjenitoare pe toţi cei implicaţi, inclusiv pe gazdă (ambasadorul american).

La o cină de la Casa Albă în timpul administraţiei lui John F. Kennedy, l-am aşezat pe ambasadorul francez la Washington într-un loc care (după părerea lui) era inferior rangului său, astfel că s-a ridicat şi a ieşit arogant din Casa Albă în mijlocul servirii *comsomme-ului Printannier.*

Conducerea superioară nu înţelege, deseori, cât este de dificil să organizezi locurile la o recepţie de mari proporţii, în special când un oaspete pică pe neprevăzute sau îşi anulează venirea în ultimul moment. De exemplu când oaspetele de onoare la o cină oficială îşi anulează venirea în ultima clipă, întreaga schemă de plasare a persoanelor la masă trebuie refăcută. (Mi s-a întâmplat şi acest lucru, la Casa Albă, când un senator important al Statelor Unite s-a hotărît să vină la cină fără să ne prevină). A trebuit să reaşez aproape 50 de oaspeţi cu înalte funcţii în timp ce toţi invitaţii intrau în sufragerie ca să-şi ocupe locurile. Când stabileşti locurile la masă pentru un grup de oameni de afaceri în sufrageria executivului, un restaurant, sau la tine acasă, trebuie să le cunoşti rangul şi să-i aşezi ca atare (vom explica acest lucru). Trebuie să ştii atât tu cât şi sponsorii când ceva ameninţă să meargă prost la o recepţie şi cum să faceţi ca să meargă bine.

Cărţile de vizită indicând locul

Fosta organizatoare de petreceri vestită pe plan internaţional, Elsa Maxwell, a declarat odată că "Cel mai sigur mod de creare de haos la o petrecere este să nu fie cărţi de vizită care să-i indice fiecăruia unde să stea."

Cărţile de vizită cu indicarea locului, care pot fi scrise de mână, sau caligrafiate (foarte frumos, bineînţeles), sau chiar dactilografiate, trebuie să fie folosite atunci când ai la masă 10 sau mai multe persoane.

O carte de vizită indicând locul (fie ca desfăcută sau împăturită) poate fi aşezată pe vârful şervetului de masă, proptită de pahar sau în faţa farfuriei din dreptul locului respectiv.

Pentru o cină acasă, gazdele (soţia şi soţul) nu folosesc cărţile de vizită pentru indicarea locului pe care vor sta ei. (Se subînţelege că ştiu care le sunt locurile!).

Forma corectă de a scrie o carte de vizită pentru indicarea locului este să foloseşti numai titlul şi numele de familie al oaspetelui, ca de exemplu:

Dna Senkinz
Dnul Hurd
Dr. Guttenberg
Judecător Duke

În cazul în care soţii sunt despărţiţi se folosesc cărţi de vizită pentru indicarea locurilor separate. Dacă poartă acelaşi nume, vei folos pentru cărţile de vizită pentru indicarea locului numele de familie şi pe cel mic:

Dnul David Smith
Dnul Richard Smith

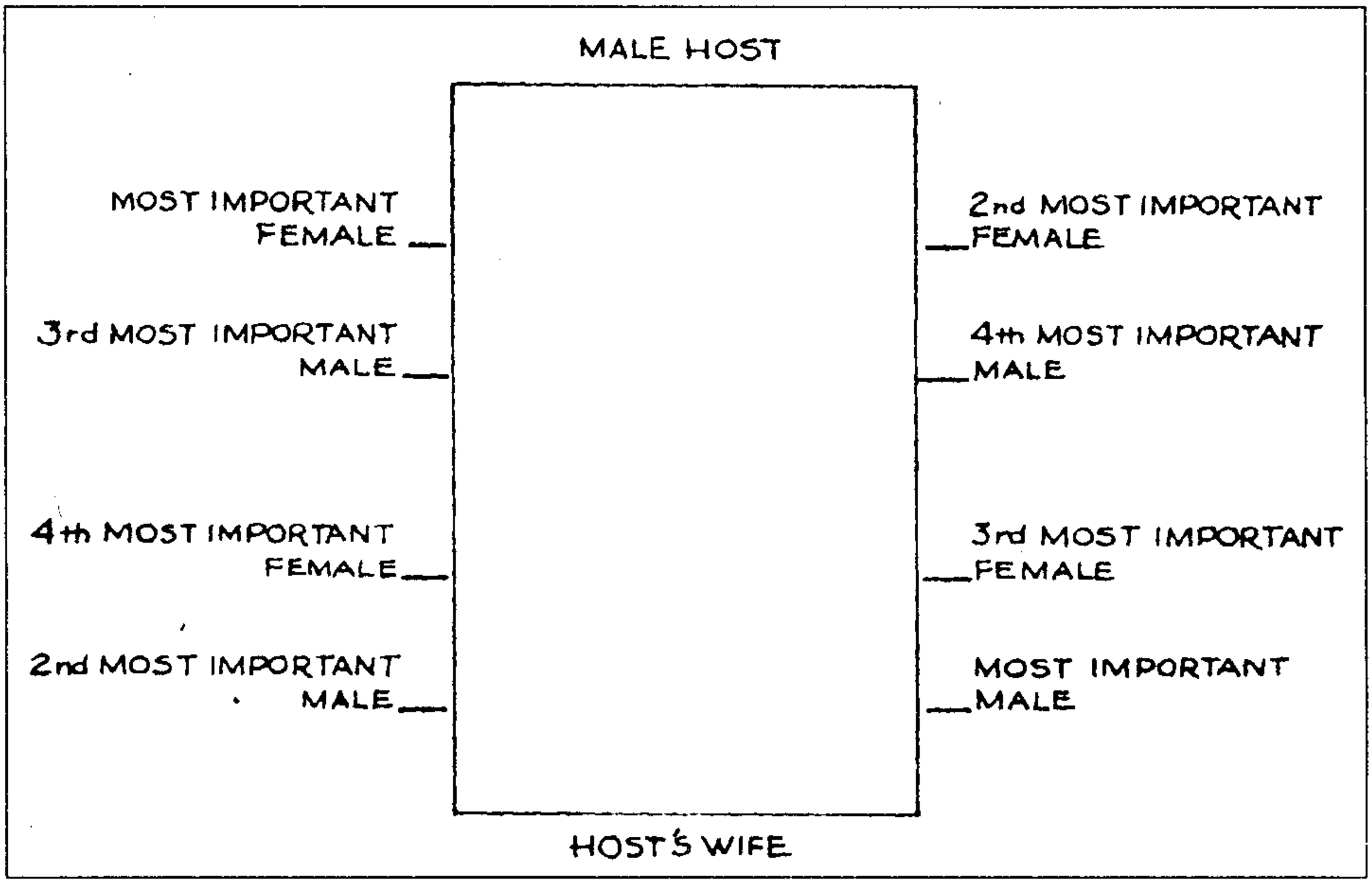
Dacă găsduieşti o masă de afaceri la care oamenii nu se cunosc între ei, poţi renunţa la regulile de etichetă în scrierea cărţii de vizită pentru indicarea locului, şi să scrii pe ea atât numele cât şi prenumele. Acest lucru va ajuta pe vecinul fiecărui oaspete să ştie exact cine e persoana respectivă.

Cele mai frumoase cărţi de vizită pentru indicarea locului folosite în afaceri sunt cele cu simbolul sau antetul companiei imprimat în relief (şi cele mai frumoase liste de bucate sunt cele care se asortează cu cărţile de vizită).

Unde stau partenerii de viaţă ai gazdelor

Când sunt prezenţi şi partenerii de viaţă şi se foloseşte numai o singură masă, soţul şi soţia gazde stau vizavis unul de celălalt. Dacă sunt folosite mai multe mese, cei doi soţi trebuie să stea la mese diferite.

Ilustraţia care-l prezintă pe soţ stând vizavi de soţie, indică şi importanţa invitaţilor în funcţie de cum sunt aşezaţi faţă de soţ şi de soţie.



În unele grupuri de o anumită compoziţie, cele două gazde nu pot sta vizavi unul de altul. În grupurile de 8 persoane, sau multiplul lui 4, soţii nu pot sta vizavi unul de celălalt, dacă este un număr egal bărbaţi şi femei, astfel încât să poată păstra echilibrul alternării bărbat/femeie/bărbat/femeie etc.

Soţia unui executiv trebuie să ocupe un alt loc şi nu să stea vizavi de soţul ei, dacă la masă sunt 8 (şi dacă aceştia sunt 4 bărbaţi şi 4 femei. Aceasta este în cazul folosirii unei singure mese.

Gazdă

Musafiră — Musafiră
Musafir — Musafir
Musafiră — *Soţia gazdei*

Musafir

Modul în care să aranjezi oaspeţii de pe listă în funcţie de importanţa lor

(*Vezi şi Cap. 10*, "Forme corecte de adresare")

La un prânz sau la o cină de afaceri, la care partenerii de viaţă nu sunt prezenţi, oaspeţii trebuie aşezaţi în *ordinea importanţei lor*, fără a ţine seama de sex. În cazul în care nu este decât o femeie la masă ea nu trebuie să stea în partea dreaptă a gazdei dacă nu este oaspetele de onoare. Asta nu înseamnă renunţarea la cavalerism, ci mai degrabă o comportare logică la locul de muncă.

Gazda executiv

Musafir ≠ 1	Musafir ≠ 2
Musafir ≠ 5	Musafir ≠ 6
Musafir ≠ 4	Musafir ≠ 3

a doua gazdă

Aşezarea corectă a oamenilor are şi ea o logică. Cineva cu o funcţie oficială (oficialitate guvernamentală, ofiţer etc.) merită să fie aşezat la locul de onoare. Trebuie de asemenea, să-ţi dai seama de nuanţele în aşezarea oamenilor chiar dacă nu sunt oficialităţi, dar li se cuvine să ocupe un loc în dreapta sau aproape de gazdă, dintr-un motiv sau altul. De exemplu, trebuie să acorzi un loc de onoare:

- Unui musafir dintr-o altă ţară
- Cuiva care te vizitează
- Cuiva care este mai în vârstă
- O persoană care a avut o carieră deosebită
- Cuiva care a deţinut o funcţie deosebită în stat sau un grad militar
- Cuiva care-şi sărbătoreşte ziua de naştere, o aniversare, o promovare etc.

Iată şi alte lucruri care trebuiesc luate în considerare:

- Locurile pentru musafirii fără rang trebuie să alterneze pe cât posibil (bărbat-femeie, bărbat-femeie etc.), dar deseori se poate ca un sex să fie în minoritate caz în care bărbaţii trebuie să stea lângă bărbaţi sau femeile lângă femei.
- Soţii şi soţiile nu trebuie să stea niciodată unul lângă celălalt (cu excepţia bineînţeles, unei mese de 4 persoane).
- Amorezii pot sta sau nu unii lângă alţii.
- Soţul şi soţia trebuie să stea la mese diferite, dacă există mai multe mese.
- La o mare recepţie, aşează o persoană tânără lângă una mai în vârstă (ceea ce va face ca persoana în vârstă să fie mulţumită), dar fă în aşa fel ca persoana tânără, să aibă de cealaltă parte, pe cineva de vârsta sa (ca să nu se simtă intimidată).
- Dacă este un oaspete dintr-o ţară străină cu care unul dintre colegii tăi a făcut multe afaceri, aşează-i împreună.
- Dacă sunt musafiri care deşi nu se cunosc dar împărtăşesc aceleaşi pasiuni (cum ar fi muzica, drepturile civile, sau orice altceva), aşază-i împreună.
- Aşază un musafir îngrozitor de timid lângă unul vorbăreţ, în aşa fel ca unul să vorbească şi celălalt să asculte.
- Dacă soţia îşi depăşeşte soţul în rang, trebuie să i se dea un loc mai bun decât lui.

Cine depăşeşte pe cine în rang

Dacă tu te ocupi de aşezarea musafirilor şi eşti nesigur în ceea ce priveşte ierarhia oficialităţilor din oraş, telefonează la primărie. În cazul unei oficialităţi de stat telefonează la instituţia de stat respectivă şi întreabă telefonista cine se ocupă de asemenea treburi. (Uneori acest lucru este făcut de biroul guvernatorului, alteori de alt departament).

Cât priveşte Congresul, oricine se ocupă de reprezentanţii aleşi şi de senatori, de la Congresul Statelor Unite, trebuie să achiziţioneze o evidenţă a Congresului, la zi (Biroul de Tipărituri al Guvernului - Washington D.C. 20401, telefon: 202/783-3238). Senatorii îi depăşesc în rang pe congresmeni; dacă ai de aşezat mai mulţi senatori şi congresmeni, aşează-i după funcţii, dacă nu deţin o poziţie majoră, cum ar fi Şeful Camerei Minorităţilor.

Ambasadorii ţărilor străine sunt de asemenea aşezaţi după importanţa serviciului, dar numai pentru postul lor actual. Dacă aveţi întrebări, în general, asupra acestui subiect, secţia pentru ceremonial din cadrul Biroului de Protocol al Departamentului de stat din Washington D.C., vă poate fi de mare ajutor (202/632-8999).

Pentru protocolul militar, prioritatea este determinată de gradul ofiţerului. (Dacă ai un grup în care toţi au acelaşi grad cel care îl are de cel mai mult timp, are întâietate (şi poţi afla acest lucru telefonând la birourile lor).

Există şi două cărţi care te pot ajuta să înţelegi protocolul şi felul cum să-i aşezi pe oaspeţi după rang. Una este a mea "Amy Vanderbilt, *Carte completă de protocol* (Doubleday, 1978); cealaltă este *"Protocolul"* de McCaffrey şi Innis (Prentice-Hall, 1977).

"Planul mesei" pentru fiecare masă

Persoana din rândul personalului care lucrează la organizarea unui prânz sau o cină de proporţii mari se confruntă cu aranjarea unei lungi liste de nume la o serie de mese, dintre care unele pot fi de diferite forme şi să aibă diferite posibilităţi de aşezare.

- Primul pas este să întocmeşti două liste de oaspeţi, în ordine alfabetică, una pentru bărbaţi şi alta pentru femei. (Îţi va fi de ajutor la aranjare dacă vei scrie sau vei dactilografia numele bărbaţilor pe o hârtie de o culoare şi cele ale femeilor pe o hârtie de altă culoare).
- Taie cu foarfeca fiecare nume ca o mică etichetă (2 1/2"x1/2" de exemplu). Plasează-le în ordine alfabetică, astfel încât dacă vrei să poată fi uşor mişcate.

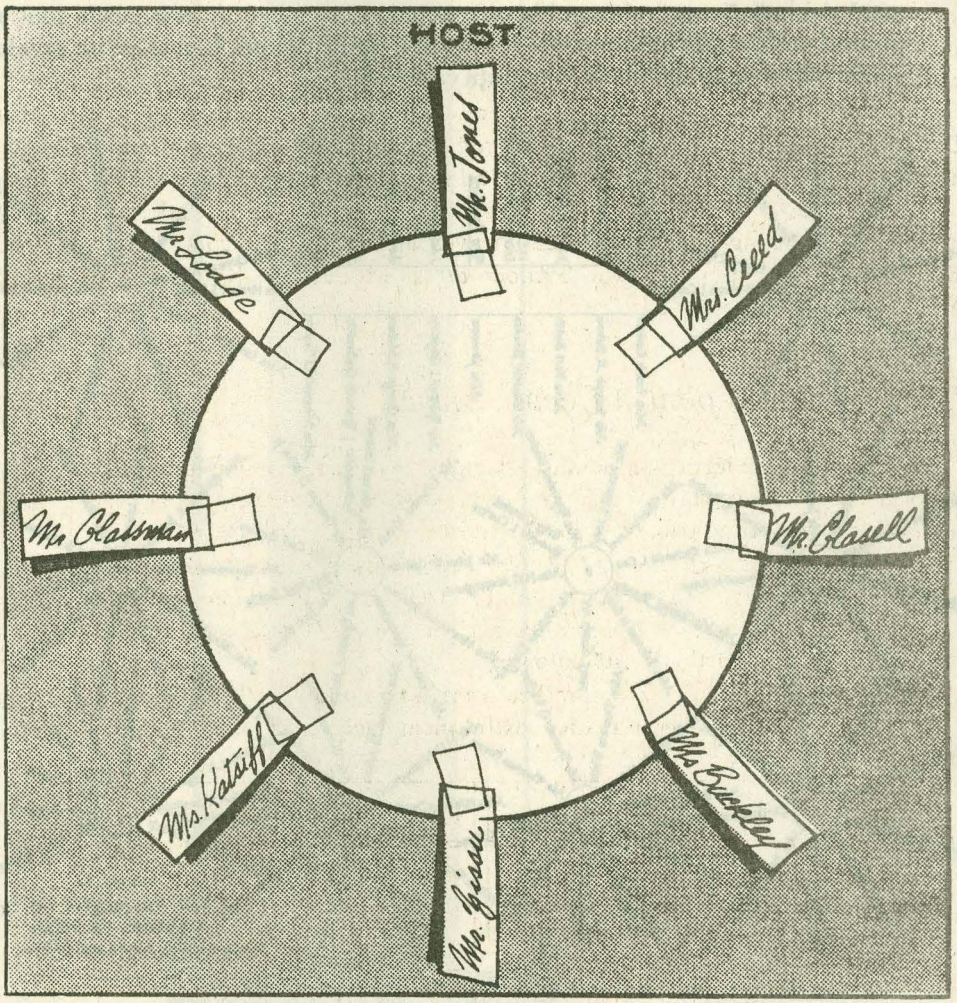
D-na Theodore Allan	D-nul Theodore Allan
D-na Burton Askew	D-nul Burton Askew
D-ra Mary Bache	D-nul Frank Barton
D-na Quentin Bello	D-nul Quentin Bello
etc.	etc.

• Ia o bucată mare de hârtie care să reprezinte fiecare masă a reuniunii.

Numerotează fiecare masă şi schiţează-i forma pe hârtie (rotundă, ovală, dreptunghiulară, sau foarte rar, pătrată). Pune linii scurte împrejurul şi în afara fiecărei mese reprezentând locurile scaunelor din jurul mesei.

• Acum ia fiecare nume şi ataşează-l la câte un loc, cu scoci. Pe primul loc, bineînţeles, gazda, apoi a doua gazdă (dacă există), oaspetele de onoare şi partenerul lui/ei de viaţă, a doua persoană foarte importantă şi partenerul său de viaţă, a treia persoană foarte importantă şi partenerul de viaţă etc. Folosind scociul după cum se vede în ilustraţie îţi poţi permite să tot schimbi aranjarea invitaţilor până când obţii formula potrivită. (Pentru o recepţie importantă, aranjarea poate dura ore întregi).

Copia listei de la intrare



Plan preliminar de fixare a locurilor

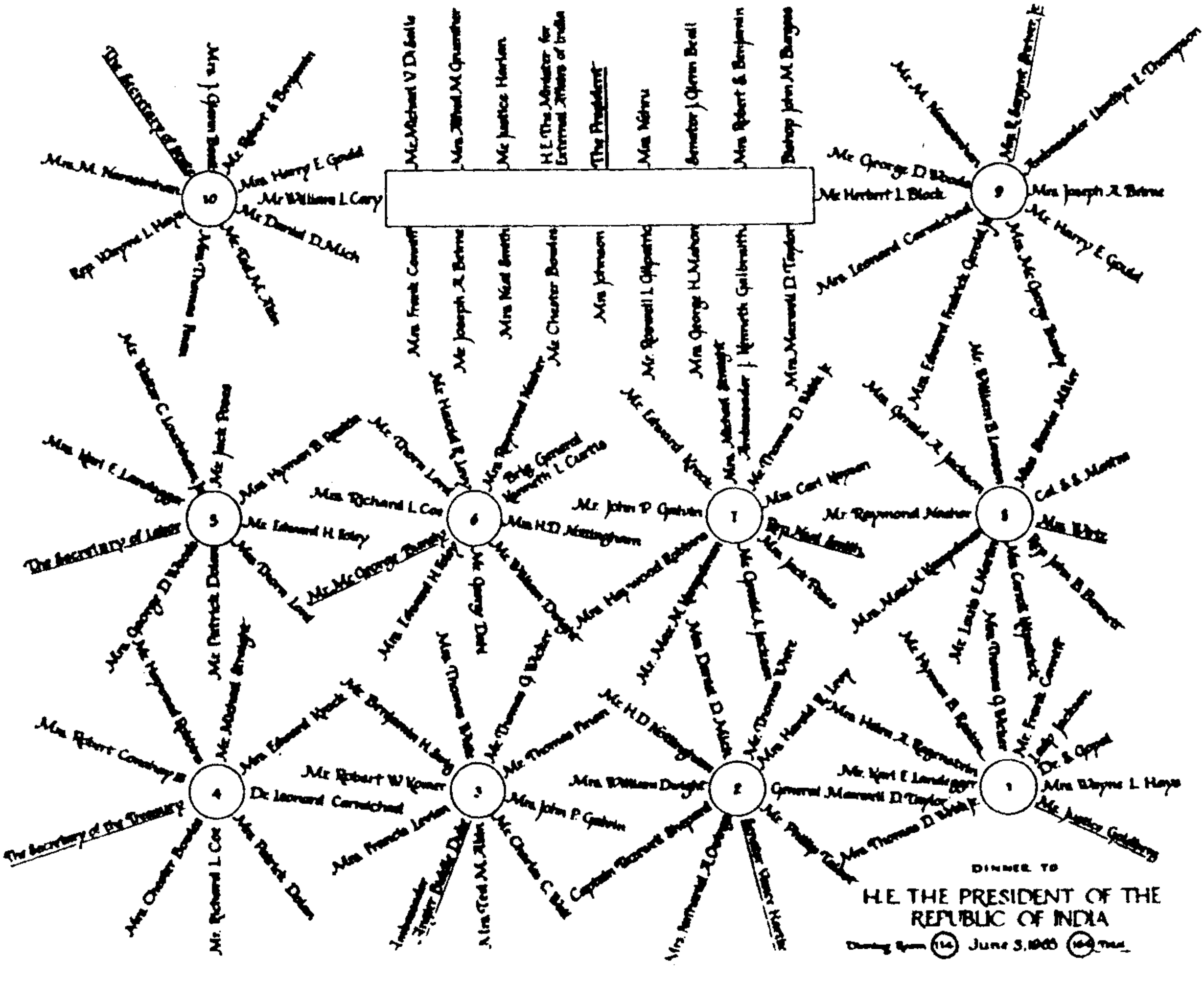
Copia listei va fi ţinută la biroul de control al evenimentului de proporţii mari. Aceasta este o listă cu numele fiecărui oaspete, în ordine alfabetică, cu indicarea numărului mesei la care trebuie să stea. Fiecare membru din personal care lucrează la organizarea petrecerii trebuie să aibă o astfel listă pentru a-şi ajuta oaspeţii să-şi găsească masa dintr-o anumită cameră.

Nu trebuie făcute imediat copii ale listelor, pentru simplul motiv că acestea se tot schimbă până în ultima secundă, ceea ce înseamnă că se schimbă şi aranjarea şi transferarea persoanelor.

Cum să le spui în mod politicos musafirilor unde vor sta

Musafirii care sosesc la o petrecere mare trebuie să se oprească în faţa uşii până să li se arate unde să se aşeze după una din cele două procedeuri:

- *Un plan pe care figurează toate mesele, numerotate şi indicat locul fiecărei persoane.* Un membru ale personalului de la biroul de verificare bifează numele invitatului pe tabel şi-i indică numărul mesei la care trebuie să se aşeze. Aceste tabele sunt în general mari, astfel încât numele să fie inteligibile. Ele pot fi puse pe un şevalet pentru a fi mai uşor observate de oaspeţii care sosesc.



Indiferent cât de complexe consideră organizatorii de evenimente speciale, că sunt petrecerile lor de afaceri, problema organizării şi aşezării persoanelor la masă la o recepţie la Casa Albă este mult mai grea! Planul cu aşezarea la masă, reprodus aici, al unei cine dată în timpul administraţiei Kennedy, este tipic pentru cele pregătite la Casa Albă de către Biroul Social. Există o masă a conducerii de 8 persoane şi alte 10 mese de câte 10 locuri fiecare.

Numele gazdei pentru fiecare masă este subliniat (toate oficialităţile guvernamentale ale Statelor Unite sau soţiile lor).

O companie poate urma cu ocazia organizării unei recepţii importante aceeaşi procedură de înregistrare a planurilor de masă. La Casa Albă se scrie totul caligrafiat; oamenii de afaceri pot executa partea scrisă la maşina de scris pentru că foarte puţine corporaţii au un caligraf în rândul personalului lor. (Casa Albă are o întreagă echipă). Dacă oferi o cină de proporţii mari ca cea arătată în ilustraţia cu Casa Albă, trebuie să prevezi şi spaţiu pentru ringul de dans. Trebuie să existe, de asemenea, măsuţe la care oamenii să se aşeze pentru un timp când doresc, cum sunt în ilustraţia de la începutul capitolului (vezi "Aranjamente în cameră").

- *Cărţile de vizită care indică masa sunt înmânate fiecărui invitat la sosire.* Cărţile de vizită care indică masa (de aproximativ 31/2"x11/2") sunt plasate în ordine alfabetică pe o măsuţă lângă uşa din faţă. Pe măsură ce sosesc, fiecărui oaspete i se înmânează o carte de vizită pe care este indicată masa cu numele lui sau al ei. Cartea de vizită albă şi mică, are numele invitatului pe faţă şi nr. mesei pe spate. (Ea poate fi formată şi din 2 părţi, cu nr. mesei scris pe partea interioară). Fiecare oaspete o pune în buzunar pentru a apela la ea mai târziu când va intra în sufragerie. Invitatul găseşte masa care poartă acelaşi număr cu cel imprimat pe cartea sa de vizită. Apoi nu mai are decât să-şi caute cartea de vizită, care indică locul de la masă.

Un invitat nu poate să-şi schimbe locul

Există şi persoane, care ajungând la masă înaintea celorlalţi, dacă nu le place modul în care sunt aranjate locurile, procedează la schimbarea cărţilor de vizită între ele pentru a se aşeza lângă cine doresc.

Acest comportament este vrednic de dispreţ.

Gazdele corporaţiei au motivele lor de a aşeza invitaţii la masă în felul în care o fac şi invitaţii nu au nici un drept să schimbe hotărîrea care a fost luată.

Aşezarea liberă

În aşezarea liberă nu există nici număr pentru masă şi nici cărţi de vizită pentru indicarea locului. Pe măsură ce oamenii intră în cameră, sunt sfătuiţi să ocupe locurile goale de la mese. Acest sistem este necesar pentru o petrecere foarte mare (cum ar fi un prânz pentru o mie de persoane) sau pentru o petrecere la care nu există acceptări şi refuzuri.

Este foarte important pentru personalul care contribuie la organizarea petrecerii să fie sigur că fiecare masă a fost completată, înainte ca invitaţii să înceapă să se aşeze la o alta. În acest fel, pot fi îndepărtate toate mesele neocupate, după ce toţi invitaţii şi-au ocupat locurile. Dacă oamenii ocupă doar o parte a fiecărei mese,

servitul devine dificil, iar aspectul groaznic. Oamenii se simt penibil, fiind nevoiţi să vorbească cu vecinii despărţiţi de ei prin câteva scaune goale.

Un alt sistem care este valabil, dacă ai un număr de femei şi bărbaţi mai mult sau mai puţin egal, este ca oamenii să tragă la sorţi din boluri (unul pentru bărbaţi şi unul pentru femei), numerele de masă la care să se aşeze.

Când persoane necunoscute între ele se aşează la o masă trebuie să se aranjeze din proprie iniţiativă bărbat-femeie - bărbat-femeie pe cât posibil, decât să se aşeze toate femeile la un loc, iar toţi bărbaţii în altul, adunaţi ciorchine într-un grup ca păsările pe un stâlp de telegraf.

Regizarea unui eveniment la o cină oficială cu oaspeţi care ţin cuvântări

Când o companie organizează o recepţie mare şi complicată unul dintre cele mai importante lucruri care trebuie reţinut este unificarea a tot ce ţine de grafică. Cu alte cuvinte, dacă vor fi folosite culorile corporaţiei: albastru şi albul regal la împodobirea perimetrului petrecerii, este logic să foloseşti aceleaşi culori ale corporaţiei şi pentru toată grafica: invitaţii, ecusoane, bilete de intrare, liste de bucate, cărţi de vizită pentru indicarea locului, programe etc.

Bilete de intrare

Dacă aştepţi un număr mare de musafiri, s-ar putea să fie nevoie să foloseşti bilete de intrare la recepţie, din motive de ordine şi securitate (în special dacă ai printre oaspeţi o oficilialitate importantă sau o celebritate).

Aceste bilete trebuie să fie numerotate şi trimise prin poştă invitaţilor când, cărţile RSVP (vă rugăm să răspundeţi,) cu răspunsul de acceptare a invitaţiei, se întoarce la cei care invită. O listă a celor care au acceptat, cu numărul biletului notat lângă numele lor, trebuie păstrată în copie, atât pentru a evita intrarea persoanelor nepoftite, cât şi pentru a veni în ajutorul celor câţiva oaspeţi care sosesc, în mod inevitabil, fără biletele de intrare.

Biletul de intrare trebuie să aibă tipărit pe el însemnul corporaţiei şi următoarele:

- Numele recepţiei
- Data
- Adresa
- Ora
- Informaţii necesare, cum ar fi "Oaspeţii trebuie să fie în aulă la ora 20,00" sau "Acest bilet nu e transmisibil" sau "Parcarea în...".
- Indicaţie privind timpul probabil la data respectivă, dacă este necesar.
- Numărul biletului.

Programul tipărit

Programul tipărit pentru un eveniment prestigios trebuie să repete bineînţeles tema designului invitaţiei.

Programul unui prânz sau al unei cine oficiale trebuie să cuprindă următoarele:

- Coperta exterioară din hârtie groasă, cu însemnul corporaţiei în relief şi numele evenimentului.
- Trebuie să indice în onoarea cui se organizează evenimentul, locul şi data acestuia.
- Pe partea stângă a copertei, în interior, trebuie să fie tipărit meniul, inclusiv vinurile care urmează a fi consumate.
- Pe prima pagină (dreapta) înăuntrul copertei, va fi tipărit programul evenimentelor, incluzând numele preotului care dă binecuvântarea, numele persoanei care prezidează (maestrul de ceremonii) demnitarii care vor rosti toasturi (dacă oaspetele de onoare este de exemplu, un şef de stat sau o oficialitate străină importantă), numele tuturor celor care ţin vreun discurs, şi de asemenea, orice număr distractiv care va avea loc.
- Pe spatele copertei programului poate fi redat pe scurt istoricul companiei gazdă şi motivul acestei întruniri speciale.
- În interior, pe dosul copertei sau pe o foaie separată, poate fi dată "Lista dispunerii locurilor", indicând cine stă pe podium, şi numele tuturor celorlalţi oaspeţi în ordine alfabetică, cu nr. meselor la care stau, notat lângă nume.

Programul reprezintă o amintire minunată pe care o duc cu ei participanţii, după terminarea recepţiei, îi face pe oaspeţi să se simtă bine şi conferă demnitate ocaziei.

Proceduri de deschidere

Când o mare corporaţie găzduieşte un prânz sau o cină oferite cu o ocazie deosebită, sărbătoare naţională, aniversare importantă, ceremonie de "Bun venit" pentru eroii care se întorc etc., este potrivit să fie utilizate toate atributele patriotice, eşarfe în culorile naţionale, steaguri şi imnul naţional.

Ordinea procedurilor aplicate la un banchet, o dată ce toţi oaspeţii şi invitaţii şi-au ocupat locurile este următoarea:

- Ridicarea steagului (dacă aceasta are loc). Toată lumea se ridică în picioare.
- Prestarea jurământului de credinţă (se mai face dar foarte rar).
- Se cântă "Star Spangled Banner" (care acum poate fi cântat în la bemol, mult mai uşor decât în Si bemol, cheia în care a fost scris imnul naţional).
- Binecuvântarea preotului.

Binecuvântarea

Dacă are loc o binecuvântare, maestrul de ceremonii pentru evenimentul respectiv trebuie să spună publicului: "Vă rog ridicaţi-vă în picioare şi rămâneţi aşa pentru binecuvântarea care va fi dată de Reverendul John Madison Barr, pastorul Bisericii Sf. John". Nimeni nu trebuie să vorbească, să mănânce sau să bea în aceste momente, se rămâne tăcut, cu capul plecat. Dacă ceremonia se desfăşoară afară şi vreunul din bărbaţii prezenţi se întâmplă să poarte pălărie, trebuie să şi-o scoată în timpul binecuvântării. Chiar dacă preotul consideră că este o onoare să fie rugat să ţină slujba, corporaţia gazdă poate să-i trimită un mic şi nesolicitat CEC, imediat după eveniment, într-o scrisoare de mulţumiri pentru că a venit să ţină slujba. Gazda poate scrie ceva de genul "Acest cec este doar un simbol al stimei pe care compania noastră v-o poartă". O per-

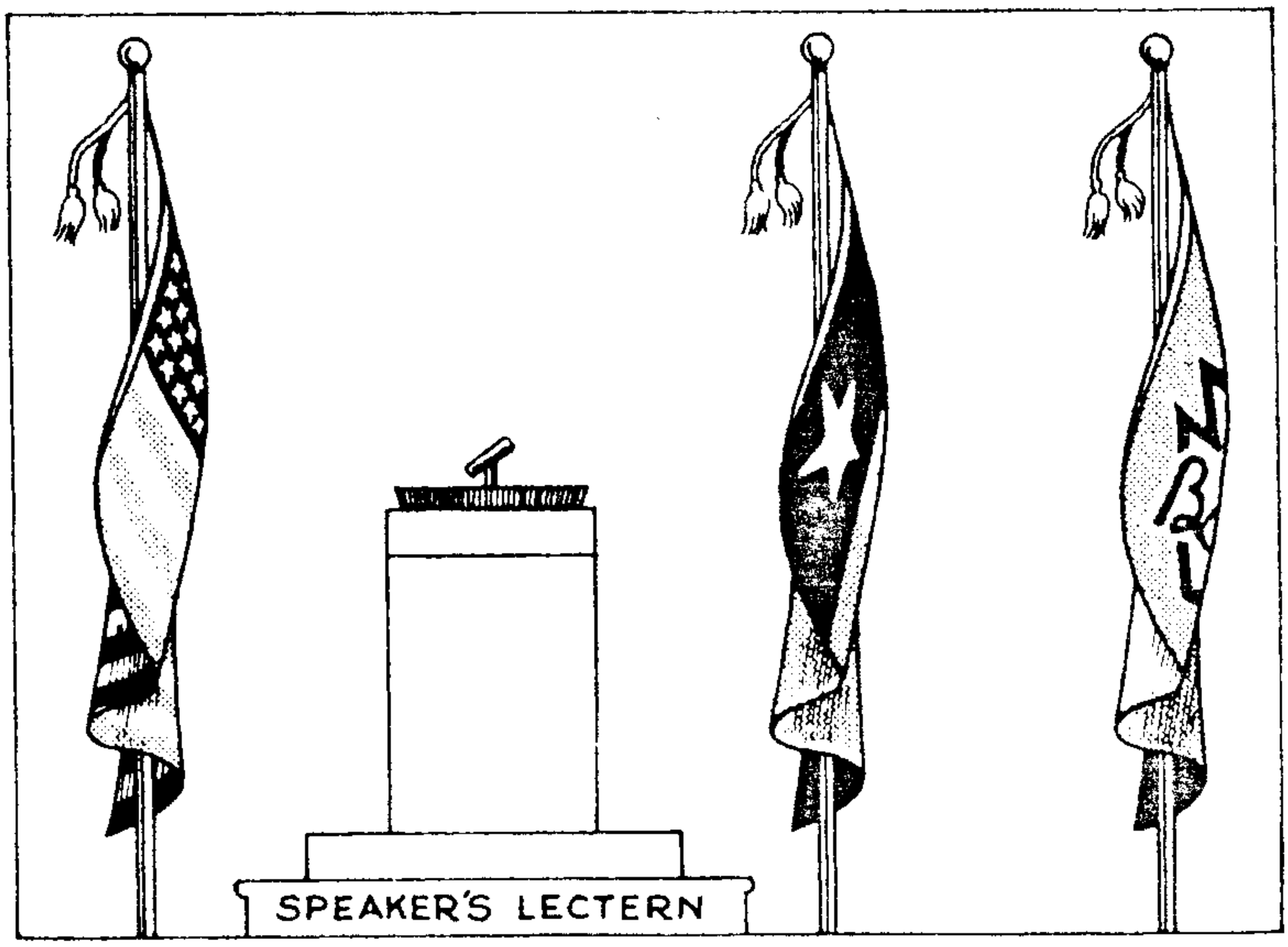
soană particulară îi poate trimite preotului un cec de 25 dolari pentru slujbă, în timp ce executivul unei corporaţii mari trebuie să-i trimită unul între 200 până la 500 dolari.

Imnul naţional

Când se cântă imnul naţional, toată lumea trebuie să stea în picioare şi să asculte cu atenţie (cum se cuvine, cu mâna dreaptă pe inimă). Personalul militar trebuie să stea în poziţie de salut. Când imnul naţional este cântat se cuvine să fie acompaniat de un fond muzical, interpretat, de exemplu, la pian. Altfel, imnul poate suna mai mult ca un cântec funebru decât ca unul patriotic dacă nu ai norocul să fie prezent cineva ca Beverly Sills care să cânte la microfon!

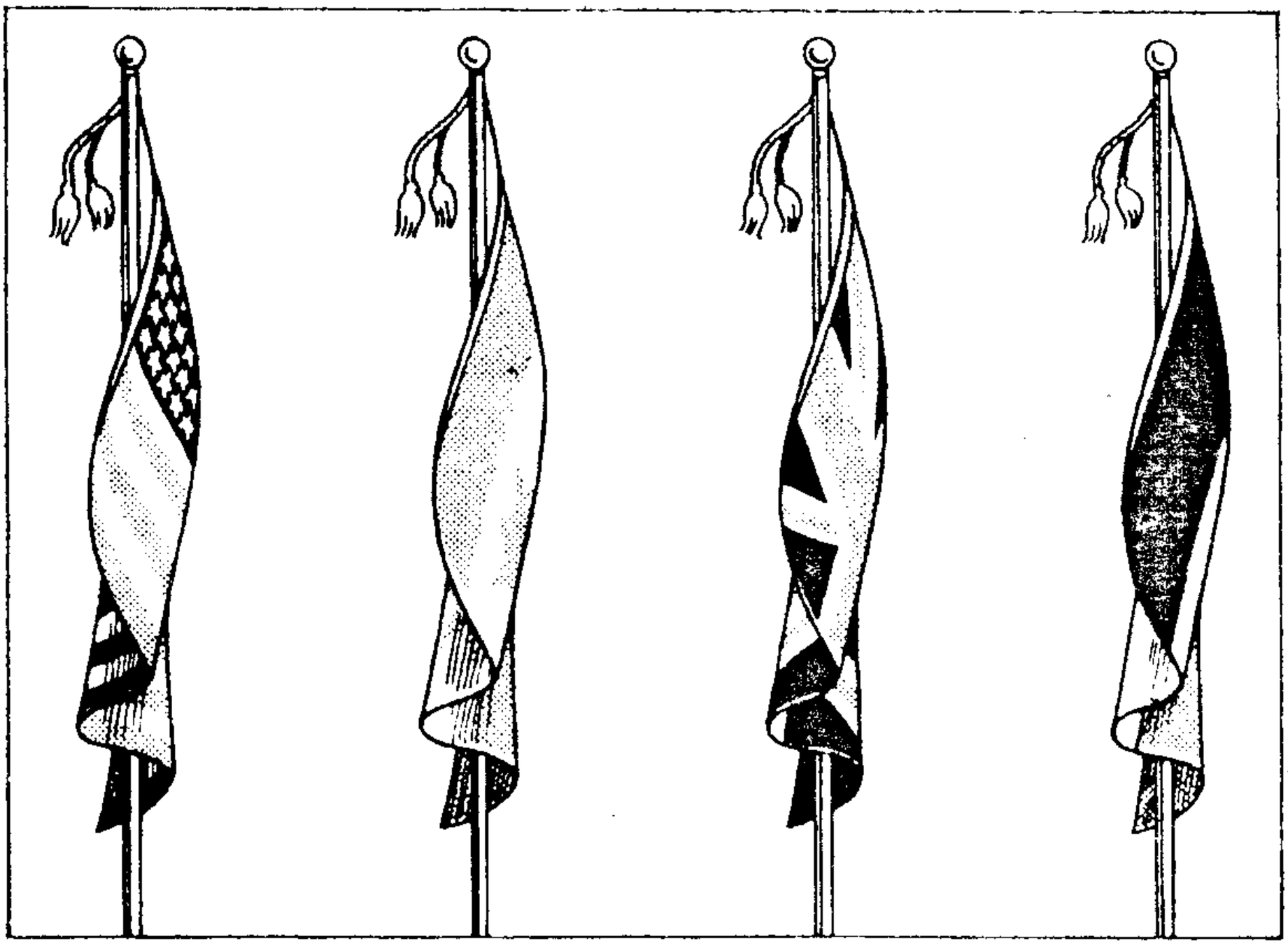
Arborarea steagurilor

Dacă urmează să arborezi un grup de steaguri la o întrunire, banchet sau orice alt eveniment sponsorizat de compania ta, ţine minte că steagului Statelor Unite ale Americii i se acordă întotdeauna locul de onoare, din dreapta vorbitorului şi stânga publicului; celelalte steaguri (ale statelor şi ale corporaţiei etc.) trebuie să fie aşezate în stânga vorbitorului.



Steagul american | Steagul statului | Steagul organizaţiei

Când sunt arborate mai multe steaguri ale unor state din America steagul Statelor Unite trebuie să fie în centru, pe un fel de platformă, ridicat deasupra celorlalte sau pe catargul din dreapta. Când sunt arborate steagurile altor ţări toate trebuie să aibă aceleaşi dimensiuni, beţele de aceeaşi înălţime şi arborate în linie dreaptă. Steagul Statelor Unite trebuie să fie totdeauna în dreapta (la stânga publicului) ca în ilustraţia de mai jos.



Steagul american | Steagul canadian | Steagul britanic | Steagul francez

Când steagurile sunt arborate lângă un perete, vertical sau orizontal, sectorul unional al steagului (stelele) trebuie să fie în vârf, în dreapta steagului şi în stânga observatorului.

Steagul nu trebuie niciodată folosit ca să acopre pupitrul sau pentru a drapa o platformă. În acest scop este corect să se folosească material cu dungi roşii, albe şi albastre şi cu o dungă albastră în vârf. (Pentru informaţii detaliate despre protocolul steagurilor, contactează Fundaţia Naţională a Steagului, Flag Plaza, Pittsburgh, PA 15219; 412/261-1776).

Podiumul

Este o onoare deosebită să fii invitat să stai pe podium. O asemenea invitaţie înseamnă că eşti ori o persoană de mare distincţie, ori eşti implicat, la un înalt nivel, în evenimentul respectiv.

Partenerii de viaţă ai celor care sunt invitaţi să ia loc pe podium nu sunt incluşi, exceptându-l pe cel al vorbitorului principal, care poate fi invitat şi el pe estradă.

Este foarte important să ştii când comunici oricui a fost invitat să ia loc pe podium, la o întrunire organizată cu scop de binefacere dacă invitatul trebuie sau nu să-şi plătească bonul de masă. (Răspunsul, în general, este da, excepţie fac cei care ţin un discurs). În scrisoarea de invitaţie către un oaspete care va sta pe podium, trebuie să i se indice fie că "Vă trimitem un bon de masă pentru uzul personal", fie "Vă puteţi cumpăra biletul pentru întrunirea de binefacere completând ordinul de plată alăturat invitaţiei şi expediindu-l la bancă...

Organizarea grupului de pe podium

Oaspeţii care vor sta pe estradă trebuie invitaţi să se adune într-o cameră specială (în general aproape de sala festivă şi de perimetrul în care se va ţine recepţia), cu

o jumătate de oră înainte de momentul în care se ştie că vor intra, în formaţie, în sala respectivă. Membrii personalului companiei trebuie să fie prezenţi pentru a-i saluta şi arăta unde să-şi lase hainele, să le facă cunoştinţă cu gazdele şi cu oaspetele de onoare al companiei, să aibă grijă să li se servească băuturi, să le expună pe scurt scenariul acţiunii şi să-i conducă la locurile lor, în ordinea în care vor sta în sala de festivităţi.

Rareori, există o estradă foarte mare pentru 20 - 50 de persoane. În acest caz estrada este dispusă în amfiteatru, de regulă pe scena sălii.

Când se organizează un grup de asemenea dimensiuni scaunele trebuie să fie dispuse în aceeaşi ordine şi "în camera de reunire a celor care vor sta pe podium", ca cea din sală (oaspeţii importanţi vor fi plasaţi la nivelele de jos ale platformei înclinate). Fiecare scaun trebuie să aibă o etichetă ataşată cu numele celui ce-l va ocupa. Dacă nu sunt perfect organizaţi, ei vor umbla încolo şi-ncoace pentru a-şi găsi locurile, ceea ce nu face impresie bună şi nu inspiră încredere gazdelor care au sponsorizat acţiunea.

Când totul este gata în sală, *mâtre d'hôtel* va atenţiona oficialităţile companiei, că este timpul să intre în sală. Apoi *mâtre d'hôtel* se duce la microfon, în sala unde se ţine recepţia şi anunţă: "dnelor şi dlor, invitaţi de onoare!".

Atunci muzicanţii trebuie să înceapă să cânte un marş, astfel încât invitaţii care vor sta pe estradă să intre în pas vioi, să urce scările scenei şi platforma estradei.

Ceilalţi oaspeţi trebuie să aplaude cu entuziasm când apar aceştia; câţiva membri ai personalului trebuie să fie postaţi special în sală ca să aplaude la semnal, antrenând astfel întreaga sală.

Muzica ce însoţeşte intrarea oaspeţilor pe estradă este într-adevăr importantă, fie un arpegiu de pian, o melodie veselă cântată la acordeon, bătăi de tobă sau chiar şi sunete de trompetă. (Oaspeţii care vor sta la estradă şi merg domol spre locurile lor, în cadrul unei mari recepţii, fără a fi acompaniaţi de o muzică, mi-au dat întotdeauna impresia procesiunii funerare!).

Locurile pe estradă

Cele mai neconfortabile locuri de pe estradă sunt cele din capete. Persoana de la fiecare capăt nu are în stânga pe nimeni cu care să vorbească o mare parte din timpul mesei. Această problemă poate fi rezolvată simplu, punând musafirii aproape unii de alţii, perechi. În plus, nimeni nu trebuie să fie aşezat în spatele tribunei, pentru că el sau ea nu vor putea fi văzuţi de public. Oaspetele de onoare trebuie să stea în dreapta gazdei; oaspetele din al doilea rând trebuie să stea în dreapta executivului corporaţiei din al doilea rând.

Substituirea persoanelor de pe estradă

Nu trimite niciodată o altă persoană care să te înlocuiască la masa de pe estradă. Dacă un invitat care trebuie să stea pe podium află în ultimul moment că nu poate să participe la petrecere, trebuie să anunţe gazdele dineului oficial, oricât de ocupat ar fi. Este culmea nepoliteţii să nu anunţi gazdele; asta înseamnă că va rămâne un loc gol pe estradă, care va arăta ca o gură din care lipseşte un dinte din faţă, atunci când se deschide pentru a zâmbii.

Nu se cuvine ca un musafir invitat să stea pe estradă, dar care află în ultimul moment că nu mai poate participa, să-şi asume dreptul de a trimite pe cineva să-l înlocuiască. Aceasta este o hotărîre pe care trebuie s-o ia compania gazdă - fie plasând acolo pe altcineva, fie îndepărtând scaunul rămas liber.

Alternative pentru podium

Nu întodeauna este chiar aşa de interesant să stai pe podium, mai ales dacă ai făcut-o o dată sau de două ori. De fapt, poate fi extrem de plictisitor să stai în faţa tuturor care te privesc într-una. Există însă alternative. Una ar fi să răspândeşti musafirii de onoare şi celelbrităţile, în întreaga sală, câte unul la fiecare masă. (Aceasta se poate face la petreceri mari cu multe mese rotunde). Prezenţa unui musafir-vedetă le face plăcere tuturor celor de la acea masă. "Musafirul vedetă", este, desigur, aşezat la masă în dreapta gazdei companiei. O altă alternativă este de a aşeza maestrul de ceremonii şi oaspeţii de onoare împreună la o masă mare rotundă, pe o platformă mai ridicată în centrul salonului. În acest fel, fiecare participant poate vedea V.I.P.-urile foarte bine.

Când foloseşti una dintre aceste două alternative, maestrul de ceremonii sau preşedintele dineului - cum vrei să-i spui - trebuie să prezinte individual pe fiecare oaspete de onoare (vorbind la un microfon). Pe măsură ce sunt prezentate persoanele importante, lumina reflectorului trebuie să fie îndreptată asupra lor, astfel încât fiecare din cei ce se află în încăpere să le poată vedea. Ele trebuie să se ridice când li se citesc numele şi să rămână în picioare tot timpul cât vorbeşte despre ele maestrul de ceremonii. Publicul trebuie să aplaude la anunţarea fiecăruia.

Rolul maestrului de ceremonii

Un maestru de ceremonii este necesar numai dacă dineul include un program cu participarea unor persoane care ţin discursuri, dineu cu divertisment. Cineva trebuie să prezinte vedetele evenimentului, să facă afirmaţii care s-ar putea să pară prea servile pentru a fi pronunţate de o gazdă şi să menţină o atmosferă plină de voioşie, atât pentru cei care vorbesc cât şi pentru public. Este o onoare să ţi se propună să fii maestru de ceremonii la o petrecere. Înseamnă că ai simţul umorului, că ştii cum să-ţi modulezi vocea şi cum să manipulezi publicul. Înseamnă că eşti în stare "să gândeşti repede în timp ce vorbeşte cineva", astfel încât să reacţionezi repede în caz de urgenţă. ("O urgenţă" este atunci când nu a sosit actorul principal al spectacolului, când un vorbitor important se simte dintr-o dată rău şi trebuie dus acasă, dacă sistemul de aer condiţionat încetează să funcţioneze, sau nu funcţionează microfoanele).

Maestrul de ceremonii (care poate fi bărbat sau femeie) trebuie să fie de rang destul de înalt şi o persoană distinsă, cineva care reuşeşte să-şi controleze consumul de alcool, astfel încât să nu depăşească un nivel minim în ziua şi seara acelui eveniment. Rolul maestrului de ceremonii include, de asemenea, următoarele:

- Se prezintă singur publicului, chiar când crede că toţi ştiu cine este. Aminteşte publicului de ce este prezent la această ceremonie.
- Face scurte prezentări. Pe baza unor informaţii biografice ample despre ficcare, prezentările trebuie să fie clare şi isteţe.

- Face publicul să se simtă bine. Rezolvă toate problemele cu calm. Chiar şi un subiect privitor la cercetarea în domeniul cancerului nu trebuie tratat arborând o mină de înmormântare. Un bun maestru de ceremonii poate să găsească întotdeauna calea de a-i face pe oameni să zâmbească şi să le capteze atenţia spre podium. Şi oaspetele care ţine un discurs vorbeşte, de obicei, cu mult mai bine, dacă a fost relaxat de prezentarea amuzantă şi măgulitoare pe care i-a făcut-o maestrul de ceremonii.
- El stabileşte timpul care se acordă fiecărui vorbitor. Maestrul de ceremonii trebuie să-i trimită discret o notă vorbitorului, rugându-l să termine mai repede, în cazul în care acesta s-a întins prea mult. Dacă vorbitorul a băut prea mult, maestrul de ceremonii trebuie să ştie să-l atragă pe vorbitor să părăsească podiumul, şi să nu lase publicul să suporte în continuare o prezentare stânjenitoare.
- Umple pauzele nedorite din program. Maestrul de ceremonii trebuie să ştie să improvizeze când atmosfera trenează. De exemplu, îmi amintesc de un prânz când maestrul de ceremonii a anunţat o reprezentaţie specială, dar când au început să bată tobele, cei care trebuiau să-şi facă apariţia nu au apărut. Maestrul de ceremonii a redus la tăcere râsetele publicului şi i-a rugat să-şi scoată picsurile şi câte o bucată de hârtie. Apoi a început să le dicteze o reţetă a bunicii lui "Spaghetti alla Carbonara", pe care o ştia pe de rost. După 3 minute, înainte ca el să fi terminat, i s-a făcut semn că artiştii erau gata să intre pe scenă. "Ei bine, acum sunt gata", a spus el publicului care râdea: "Vreţi să vă dau restul reţetei mai înainte?" Publicul, foarte bine dispus, a strigat într-un glas: "Da, da!" aşa că el şi-a terminat reţeta. Nimeni dintre noi nu-l va uita pe acel maestru de ceremonii vreodată.
- Maestrul de ceremonii perfect face publicul să simtă că a profitat participând la acea recepţie şi că, s-a distrat foarte bine.

DIFERITE GENURI DE PETRECERI

Această parte tratează despre unele dintre diferitele genuri de petreceri de afaceri ce se organizează în zilele noastre - de la prozaicele cocteiluri până la un forum programat două zile, culminând cu un concert particular. Cheia succesului acestor evenimente constă în asigurarea cu mâncare şi băutură bună, ca şi în calitatea şi inventivitatea planificării.

Petreceri în care sunt cuprinse cocteiluri

Petrecere-cocteil, bufet-cocteil sau o recepţie, sunt formule prin care un număr mare de oameni se pot distra într-o perioadă scurtă de timp (de obicei cu o sumă mică de bani).

Totuşi, într-un oraş ca New Yorkul, cea mai mică sumă de bani a devenit totuşi considerabilă. În 1975, de exemplu, o persoană putea să ofere o petrecere-cocteil într-un hotel sau restaurant de primă clasă pentru aproape 18 dolari de persoană. Acum, cheltuiala minimă (inclusiv mâncare, cocteiluri, impozite şi remize) în oricare loc se ridică la 35 şi 75 de dolari de persoană. De aceea o petrecere-cocteil implică o investiţie considerabilă de bani şi presupune acelaşi volum de muncă ce trebuie depusă ca oricare alt gen de divertisment.

Diferitele genuri de petreceri care implică cocteiluri şi aperitive

Deseori oamenii fac confuzie între "cocteiluri", "bufet-cocteil" şi recepţie. Această schemă ar trebui să-i ajute să realizeze diferenţa dintre termeni. (urmează meniuri tipice pentru acest gen de petreceri).

	Cocteil petrecere-cocteil	*Bufetul-cocteil*	*Recepţia*
Tipul manifestării	Sunt trimise invitaţii neoficiale. Oamenii stau în picioare şi circulă prin camere. Aceasta poate fi o petrecere organizată în pripă, pe nepregătite sau un mod de a distra câteva sute de clienţi. Este tipul cel mai obişnuit distracţie pentru un mare număr de persoane.	O ocazie mai oficială. Este necesar ca oamenii să se poată aşeza după ce şi-au umplut farfuriile la bufet. Deseori, scaune şi mese mici sunt aşezate la întâmplare. Acesta este un eveniment special, nu doar o întrunire oarecare. Ar putea marca seara de debut a acţiunii unei asociaţii, o petrecere în onoarea cuiva sau comemorarea a ceva.	Mai oficială. Se organizează de obicei, pentru un distins oaspete de onoare sau pentru un eveniment deosebit, ca de exemplu o petrecere dată înaintea sau după deschiderea unui muzeu, sau după un spectacol artistic, sau cu ocazia unei aniversări.
Durata:	de la 1 1/2 h până la 2 h sunt ţinute de obicei seara, începând oricând după ora 17,00 şi terminându-se la 20,30.	2-3 h, de obicei între 18,00 şi 21,00.	De obicei, de la 18,00 până la 20,00 sau dacă este după un spectacol, de la 22,30 până la miezul nopţii.
Îmbrăcămintea:	Îmbrăcămintea potrivită întâlnirilor de afaceri	Îmbrăcăminte potrivită întâlnirilor de afaceri (Femeile se pot îmbrăca foarte elegant).	Foarte elegantă, ţinută de afaceri, de obicei, o petrecere sobră (cravată neagră)
Mâncarea şi băutura:	Cocteiluri, vin, băuturi nealcoolice, aperitive calde şi reci, specialităţi	La fel ca la o petrecere-cocteil, dar există un bufet rece cu multă mâncare, cuprinzând şi unul sau două feluri de mâncare caldă. Musafirii pot cina în afara acestui bufet.	*Înainte de cină:* mâncare specifică pentru cocteiluri foarte bine pregătită. *După spectacol:* meniu de cină târzie. La această petrecere trebuie să fie şampanie.

Mostre de meniuri

Petrecere cocteil

Alimente de ronţăit (alune, floricele, saleuri)
Sandvişuri mici cu carne de pui
Sandvişuri mici cu salată de ou
Brânză şi biscuiţi
Ouă umplute
Unt de alune şi şuncă pe felioare rotunde de pâine prăjită
Cârnaţi mici (calzi) care se servesc cu scobitori
Sufleu de brânză servit cald
Crudităţi vegetale cu suc
Bucăţi de şuncă la grătar acoperite de zahăr ars
Andive acoperite cu pate
Ciuperci umplute, servite calde
Castane de apă înfăşurate în şuncă
Specialităţi greceşti din frunză de viţă de vie în aluat

Specialităţi

Carne de crab proaspătă, cleşti de crab
Bucăţele de homari proaspeţi
Stridii şi scoici de râu proaspete
Muşchi de vacă în sos Tartare
Peşte spadă fript pe grătar, servit fierbinte
Pateu de ficat gras cu biscuiţi săraţi
Caviar
Creveţi proaspeţi

Notă: Pentru majoritatea petrecerilor-cocteil, sunt suficiente 3 feluri de aperitive calde şi 3 reci.

Bufetul-cocteil

Stridii despicate
Platou cu pateuri asortate şi biscuiţi
Mici bucăţele de fazan afumat în aspic
Rasol de viţel servit cu orez
Somon fiert, servit rece, cu sos cu verdeaţă şi felii mici de pâine neagră, unse cu unt
"Pasta Primavera" caldă (conţine legume proaspete)
Salată verde mixtă
Selecţia de deserturi (aduse după ce aproape toată lumea a terminat de mâncat).
Pere fierte în vin (cu sos cremă acrişoară)
Prăjitură "Angel" cu îngheţată de vanilie şi suc de piersici crude.
Spumă de ciocolată

Notă: La acest bufet se serveşte atât vin roşu, cât şi alb. Ceşcuţele de cafea pot fi oferite de chelneri, sau cafeaua poate fi lăsată pe bufet (autoservire) într-un vas cald.

Recepţia

Înainte de cină: Vezi meniul de la cocteiluri speciale.
După eveniment: (pentru o recepţie simplă de ora 10,00)
Şampanie (dacă bugetul nu permite vin alb)
Băuturi nealcoolizate
Bar deschis (opţional)
Sandvişuri mici
Pişcoturi şi prăjiturele (pentru băutorii de şampanie)
Brânză şi biscuiţi sărăţi crocanţi

Pentru o recepţie mai deosebită de la ora 11,00:
Şampanie
Băuturi nealcoolice
Bar deschis
Omlete făcute la comandă
Caviar
Bucăţele pătrate de 1 inch din fileu de peşte, pe scobitori
Homar "Newburgh" sau carne de crab "Maryland" cu orez
Salată verde mixtă

Prăjituri mici de ciocolată, tarte cu fructe etc.

Notă: Pentru acest gen de servire trebuie să asiguri farfurii, şerveţele, furculiţe, linguri. Oamenii vor fi prea obosiţi la această oră pentru ca să stea în picioare, aşa că trebuie să se găsească, în jurul perimetrului în care se serveşte mâncarea, mese acoperite cu feţe de masă.

Ce face să fie reuşită o petrecere-cocteil?

O petrecere-cocteil plăcută şi de succes este aceea la care:

- Invitaţiile au fost făcute cu mult timp înainte, astfel încât oaspeţii să fie în stare să-şi aranjeze programul pentru a putea participa.
- Lista cu invitaţi a fost alcătuită cu grijă, în aşa fel încât să poţi combina interesant cunoştinţe vechi cu feţe noi.
- Încăperea să nu fie supraaglomerată şi nici prea încălzită sau cu prea mult fum.
- Să existe o echipă de primire dacă gazdele şi musafirii nu se cunosc între ei.
- Să existe un număr suficient de oameni instruiţi, din partea companiei, care să ajute la desfăşurarea petrecerii: să facă prezentările, să-i aducă pe oaspeţii noi să cunoască gazda, să aibă grijă ca musafirii să găsească parteneri de conversaţie, băuturi şi mâncăruri etc.
- Să existe un număr suficient de baruri, astfel încât oamenii să nu fie nevoie să se bată ca să obţină o băutură.
- Să existe câteva mese mici şi scaune pentru a le permite celor obosiţi să se aşeze.
- Muzica să fie bună şi pusă îndeajuns de încet pentru a permite celor care vorbesc să se audă. O petrecere la care oamenii trebuie să ţipe pentru a se face auziţi este foarte neproductivă.

Notă: barul trebuie să se închidă după o jumătate de oră după ora scrisă pe invitaţie. Cu alte cuvinte, dacă pe invitaţie scrie de la 15,00 la 19,00, barul trebuie închis la 19,40.

Lista de verificare pentru o petrecere-cocteil

Cel mai bun loc pentru a găzdui o petrecere-cocteil (bufetul-cocteil) sau o recepţie, este un loc public ca, de exemplu, un hotel, unde munca să fie făcută de departamentul de servicii pentru banchete al instituţiei.

Cea mai frumoasă petrecere, desigur, este cea pe care o dai la tine acasă. Dacă ai o casă confortabilă, destul de mare şi convenabilă pentru o asemenea manifestare, oaspeţii tăi se vor distra într-un mod relaxant. Merită munca suplimentară pentru aranjarea casei şi pregătirea mâncării; asigurarea succesului o face valoroasă.

Chiar dacă angajezi un furnizor şi închiriezi echipamentul necesar petrecerii din casa ta, sau dacă tratezi cu departamentul pentru organizarea banchetelor al unui hotel, mai rămân multe detalii care trebuie verificate dinainte.

Accesoriile necesare

- Mese de bar şi feţe de masă pentru ele, cu un aranjament floral simplu în centrul fiecărei mese.
- Genul potrivit de pahare de bar (nu le folosiţi pe cele din plastic decât dacă realmente nu aveţi încotro, ca, de exemplu, atunci când sunteţi într-o grădină, pe plajă, sau pe o ambarcaţie).
- Mese mici (la acestea ai de obicei nevoie de feţe de masă) şi scaune pentru aceia care vor dori să stea jos dacă nu există spaţiu suficient unde să se aşeze.
- Cuiere cu umeraşe (şi cineva care să păzească hainele şi celelalte lucruri personale care au fost lăsate).
- Un suport pentru umbrele, dacă plouă.
- Tăvi mari şi mici pentru servirea băuturilor şi aperitivelor.
- Şervete pentru cocteil, frumoase. Este bine să foloseşti şerveţelele de masă din material pe care le ai în casă. Dacă nu, cumpără unele frumoase din hârtie de la un magazin specializat. Poţi să comanzi să li se imprime un mesaj anumit, dacă petrecerea ta are un motiv deosebit sau un oaspete de onoare.
- Scobitori colorate pentru a fi folosite la aperitivele care necesită aşa ceva.
- Gheaţă, sfărâmată sau cuburi, livrată în containere de mai multe galoane sau în saci de hârtie. Nu uita să pui sacii în containere pentru a împiedica împrăştierea apei care se prelinge din ele când se topeşte gheaţa.

Barmanul va avea nevoie de:

- Cuţit de bar şi o planşetă mică pentru tăiat.
- Bittere Angostura (lichid amar extras din scoarţa unui copac din Sudul Americii - n.tr.).
- Storcător şi strecurătoare de lămâie.
- Lămâia tăiată dinainte şi suc de lămâie sau coajă rasă de lămâie pentru aromă.
- Zaharniţă cu bucăţele de zahăr şi linguriţă.

- Cireşe, măsline şi cocteil de ceapă.
- Vas cu lingură cu coadă lungă pentru amestecarea lichidului din interior.
- Vas mare pentru apă.
- Aparat de argint pentru prepararea cocteilurilor.
- Linguriţe pentru măsurat.
- Vas de măsurat lichide de 1 1/2 uncii.
- Şervete de bar.

Băuturi preparate pentru barul bine aprovizionat

Lista conţine cele mai populare băuturi ce se servesc înainte de cină, deşi pe piaţă există mult mai multe decât cele menţionate aici:

- O selectare de băuturi nealcoolice, inclusiv un suc de fructe şi două feluri de băutură gazoasă (incluzând una care este fără cofeină şi zahăr).
- Sifon la discreţie, apă tonică şi băutură cu ghimber pentru mixare sau pentru cei care nu doresc alcool.
- Suc de tomate pentru băuturi Bloody-Marys.
- Vodcă.
- Gin.
- Scotch (Whisky scoţian).
- Whisky amestecat (sau whisky irlandez).
- Bourbon.
- Rom (concentrat sau slab).
- Vin (atât alb cât şi roşu).
- Bere (în special dacă vei avea musafiri tineri).
- Vin de Xeres (dulce sau sec).
- Un aperitiv dulce (Dubonnet, Cinzano roşu etc.).
- Campari.
- Vermut sec (ca aperitiv sau pentru a face martini).

Dacă bugetul tău limitat te împiedică să ai un bar bine aprovizionat, poţi să oferi un sortiment minim de băuturi, după cum urmează:

- Apă gazoasă şi apă gazoasă dietetică.
- Sifon şi apă tonică.
- Vodcă sau gin.
- Whisky scoţian sau Bourbon.
- Vin alb.
- Vermut sec.
- Bere ("concentrată" şi "slabă").

Controlul costurilor la petrecerea ta

Cheltuiala considerabilă pe care o presupune servirea băuturilor alcoolice, poate fi minimă, dacă coordonatorul petrecerii este grijuliu, şi meticulos. El sau ea trebuie să-l instruiască pe barman "să-şi controleze mâna" când toarnă din sticle. Pot fi scoase aproximativ 22 de pahare dintr-o sticlă de de 1 litru. Barmanilor trebuie să li se ceară să toarne toate băuturile cu o măsură de 11/2 uncie, astfel încât nici să nu exagereze cantitatea din fiecare pahar nici să înşele în această privinţă.

Asigură-te că barmanul-şef ştie ora exactă la care urmează să se închidă barul la încheierea petrecerii, altfel musafirii răzleţi vor continua să mărească costul petrecerii tale, atât în ceea ce priveşte băutura, cât şi timpul suplimentar prestat de barman.

Dacă dai un dineu într-un hotel, rezervaeste între 45 de minute până la o oră pentru cocteiluri înainte de a le servi oaspeţilor cina, iar conducerea restaurantului, hotelului sau clubului trebuie să primească ordine ferme înainte de începerea petrecerii pentru ca să ţină pasul cu programul indicat de tine.

Cel mai economic mod de a colabora cu un hotel este de a ţine socoteala sticlelor folosite de fapt şi a plăţii per bucată. Înapoiază sticlele nedesfăcute inventarului hotelului. Aducându-ţi propria băutură nu contribui la scăderea preţurilor de vreme ce hotelul îţi va calcula o taxă suplimentară foarte mare (pentru mânuirea paharelor, furnizarea gheţii, mixerelor, şi a apei şi pentru destuparea sticlelor).

"Planul de consumaţie nelimitată" este acela în care localul aplică corporaţiei-gazdă pentru fiece musafir o taxă totală oricât de mult sau de puţin ar consuma acesta. De exemplu, dacă băuturile costă 5 dolari şi tu te gândeşti la aproximativ trei de persoană, la petrecerea ta de cocteiluri, costul socotit per musafir pentru lichior va fi de 15 dolari plus remiza.

O corporaţie-gazdă trebuie să comande întotdeauna mai multă băutură tare şi vin decât este necesar pentru că este stânjenitor să nu mai ai la un moment dat. Băutura trebuie să fie de bună calitate. Pentru a economisi bani, o companie trebuie fie să reducă numărul de petreceri pe care le dă, fie numărul de oaspeţi invitaţi, decât să reducă calitatea lucrurilor oferite.

Când o companie este gazda propriilor ei salariaţi, cu ocazii diferite ca întâlnirile cu vânzare, organizarea unui bar este o idee bună, înainte de cină. Aceasta reduce din cheltuiala companiei ca şi din băutura executivului companiei. Oricum, când sunt de faţă, băuturile trebuie să intre în cheltuiala gazdei.

Ce să faci dacă nu există o încăpere specială pentru cocteiluri înainte de cină, într-un restaurant

Normal, modul ideal şi cel mai uşor de a distra un grup mare într-un restaurant (20 de musafiri sau mai mulţi) este adunarea oaspeţilor într-o cameră separată, cu un spaţiu destul de mare în care oaspeţii pot face cunoştinţă între ei şi pot circula în timpul servirii cocteilurilor. Uneori, restaurantul nu dispune de un astfel de spaţiu, oaspeţii trebuind să se aşeze direct la masa pregătită pentru cină, aşa că rămâne să aibă parteneri de discuţie doar pe cei care sunt aşezaţi alături de ei.

Dacă aşa stau lucrurile, n-ar fi rău ca mai întâi să inviţi oaspeţii la tine acasă (sau la una din casele celor invitaţi, care se află în apropierea restaurantului) pentru servirea băuturilor. În acest fel oaspeţii se pot cunoaşte şi pot sta de vorbă, chiar dacă în restaurant nu vor putea să circule.

Dacă un prieten care participă la un dineu îţi împrumută casa lui pentru un cocteil, ai grijă să furnizezi tu băutura, mixerele, gheaţa, aperitivele şi orice este nevoie, pentru servit. Proprietarul casei trebuie scutit de orice pregătire sau curăţenie a casei, de orice cheltuială suplimentară pentru petrecerea ta. Ziua următoare nu uita să-i trimiţi acestei persoane un bilet de mulţumiri şi un dar (sau flori).

Manierele invitatului la un cocteil

Principalele maniere joacă un rol important chiar şi într-o afacere impersonală, cum este un gigantic cocteil la care vin câteva sute de oameni.
Faptul că eşti invitat să participi la o petrecere atât de mare nu înseamnă că trebuie să dai atenţie îndatoririlor tale de musafir.

- O invitaţie la o petrecere de cocteiluri cu un RSVP necesită un răspuns imediat.
- Nu lua cu tine un invitat fără să suni întâi pentru ca să întrebi gazda dacă este de acord cu aşa ceva. *Comunică numele invitatului tău.*
- Nu acapara gazda sau oaspeţii celebri; şi alţii doresc să aibă ocazia să le vorbească. La un cocteil, o persoană trebuie să circule.
- Când cineva se iveşte în grupul tău de conversaţie, prezintă-l (-o) celor din jur, chiar dacă nu îţi poţi aminti anumite nume.
- Când vii chiar la sfârşitul petrecerii nu te aştepta la o primire entuziastă din partea gazdelor.
- Ţine-ţi băutura cu gheaţă cu un şerveţel de cocteil ca atunci când dai mâna cu cineva să nu-i întinzi o mână rece sau udă ci una uscată.
- Nu te "îndopa cu mâncare". Este frumos să-i laşi şi pe ceilalţi musafiri să se înfrupte din bufet şi din delicatesele care se servesc.
- Dacă stai în picioare şi fumezi, găseşte-ţi o scrumieră; nu lăsa scrumul să cadă pe covor.
- Nu bea prea mult. Cunoaşte-ţi limita şi bea în funcţie de ea.
- Dacă ai acceptat invitaţia la un cocteil şi în ultima clipă nu ai mai putut să te duci, neputând să anunţi pe cineva, sună la biroul gazdei a doua zi, scuză-te, explicând de ce nu ai reuşit să ajungi.
- Scrie un bileţel gazdei de mulţumire pentru petrecere. Este un gest frumos şi va face o impresie deosebită asupra acesteia.

Un ceai de afaceri - de ce nu?

Este plăcut să-i surprinzi pe oameni din când în când. Oamenii întotdeauna îşi amintesc de o petrecere care este deosebită. O schimbare de rutină, o formă diferită şi o altă oră la care se ţine petrecerea adaugă o notă plăcută de neobişnuit unei asemenea ocazii. Un "five o'clock" este un astfel de eveniment deosebit. (Europenii, în special britanicii, cunosc acest gen de petrecere de secole).
Locul în care se ţine o întâlnire de ceai trebuie să fie plăcut şi atractiv. Ora ceaiului ne sugerează un şemineu, o bibliotecă sau o vedere spre grădină. O cameră deosebit de drăguţă, dintr-un hotel sau dintr-o construcţie istorică restaurată este de asemenea potrivită pentru o întâlnire la ora ceaiului - pe la ora 16,00 după-amiaza (şi terminându-se până în 17,00 sau 17,30 cel mai târziu). După această oră, oamenii se aşteaptă la cocteiluri.
E un mod de a face o pauză discutând după-amiaza târziu ceea ce este sănătos şi distractiv. Este o destindere; o ceaşcă de ceai reîmprospătează cu adevărat spiritul. Eu am organizat petreceri cu ceaiuri pentru corporaţii, de la Atlantic la Pacific şi fiecare a fost un succes, din cauza noutăţii ei şi pentru că reprezenta un moment de relaxare în programele supra-încărcate ale musafirilor.

După ceai, o persoană poate să se reîntoarcă la muncă, dacă este necesar (în timp ce este dificil să te reîntorci la lucru după o petrecere la care s-a servit alcool).

Un ceai nu e nevoie să dureze mai mult de 1 oră (sau chiar 45 minute) în afara programului. Dacă se prevăd declaraţii care vor fi făcute de către gazda de afaceri (ca de exemplu la o conferinţă de presă la care participă şi alţii), trebuie scris pe invitaţii timpul exact la care se face declaraţia (vezi Capitolul 9, "Invitaţiile şi răspunsul la ele").

Un mod de a servi ceaiul este să aranjezi ceainice mari de argint (sau cafetiere) pe o masă, care a fost acoperită cu o faţă de masă frumoasă. Fiecare musafir se apropie de masă, ia o ceaşcă şi este servit individual. Se serveşte fiecare personal cu gustările de pe platouri şi tot singur îşi ia farfuria pe care-şi pune gustările pentru ceai, şerveţelul, linguriţa şi furculiţa de desert. Apoi se aşează la una din mesele mici acoperite cu feţe de mese, răspândite împrejur, sau se plimbă agale prin încăpere, vorbind cu diferiţi oameni, sorbind din ceai şi mâncând aperitivele (gustarea rece) în timp ce stă în picioare.

Al doilea mod de servire a ceaiului este ca să fie servit fiecare musafir în parte, în timp ce el este aşezat la o masă mică. Chelnerii sau chelneriţele aduc fiecărui musafir ceaiul şi îi servesc gustarea. Fiecare musafir are un şerveţel şi tacâm, care-l aşteaptă la locul ce-i este rezervat la masă, ca şi o ceaşcă de ceai şi o farfurioară. În centrul fiecărei mese mici se poate afla o vază cu unul-doi boboci înfloriţi. O farfurie cu picior, pentru desert, plină cu un gen de pişcoturi sau cu prăjiturele şi poate o farfurioară cu bomboane de ciocolată pot fi puse pe fiecare masă.

Un meniu pentru ceai poate fi de genul:

Ceai

Cafea

Apă gazoasă

Sandvişuri mici, pe pâine fără coajă (salată de ou, pate de ciuperci, cremă de brânză şi bobâlnic).

Biscuiţi calzi din făină de orez, biscuiţi sau franzeluţe cu unt şi gemuri diferite sau miere

Batoane cu brânză calde

Pâine prăjită fierbinte cu scorţişoară

Căpşuni proaspete şi frişcă

Ceşcuţe cu şerbet

Pişcoturi şi prăjituri

Un ceai trebuie să fie ceva foarte deosebit. Argintăria trebuie să fie sclipitoare. Şervetele trebuie să fie din pânză, nu din hârtie. Porţelanurile trebuie să fie frumoase. Servirea ceaiului este un ritual şi chelnerii sau chelneriţele trebuie să fie bine instruiţi în acest ritual. O invitaţie "pentru a servi o ceaşcă de ceai adevărat" cum ar spune englezii, este o idee care stârneşte curiozitatea unor oameni de afaceri.

Petrecerea pentru prezentarea unui nou produs

Unele dintre cele mai bune petreceri organizate de corporaţiile americane sunt cele pentru lansarea unei noi linii sau pentru prezentarea unui nou produs. Petrecerea este de mare importanţă, pentru că:

- Atrage cumpărătorii şi le pune în faţă noile produse.
- Asigură produselor o prezentare în presă.
- Crează o atmosferă generală de destindere.
- Oferă vânzătorului ocazia să stabilească relaţii personale bune cu clienţii.

Una dintre cele mai vestite petreceri tradiţionale de lansare a unui nou produs era anualul Mic—dejun Milliken, găzduit de Deering Milliken, o mare companie textilă de la Waldorf, din New York. În timp ce se bucurau de un mic-dejun copios şi somptuos, cumpărătorii şi presa vizionau o comedie musicală originală, pusă în scenă cu profesionalism şi interpretată de o distribuţie de staruri. Scenariul şi replicile se bazau pe noile oferte ale companiei Milliken pentru piaţă, şi cumpărătorii de ţesături, tricotaje pentru lucrătorii din cadrul companiei; o invitaţie la Micul dejun Milliken era la fel de râvnită ca una de la Casa Albă. Nici o petrecere care s-a dat de atunci nu a fost comparată cu aceasta.

Marii maeştrii ai lansărilor de produse noi sunt, desigur, (industriaşii) fabricanţii de automobile din Detroit. N-am să uit niciodată contribuţia firmei mele la planificarea şi executarea prezentării noului model Chryslar la o sărbătorire de 24 de ore, de pe Fifth Avenue din New York.

Pentru că maşina era sărbătorită pe un bulevard deosebit din Manhattan, vitrinele magazinului Saks de pe Bulevardul Fifth Avenue erau pline de haine dedicate acestui eveniment; muzeul oraşului New York ne-a dat pelicule cu bulevardul Fifth Avenue de la începuturile lui, pe care le-am proiectat pe ecrane, în sala de festivităţi a hotelului "Plaza", în timpul unui prânz elegant cu V.I.P.-uri. Aducerea maşinii în hotel (prin scoaterea uşii din faţă) până la mezaninul hotelului "Plaza", ea însăşi a constituit o lovitură logistică. Maşina a fost "dezvelită" pe o scenă cu cortine, completată cu o multitudine de efecte audio-vizuale, sub conducerea lui Jim Sant Andrea. Mi-a amintit de minunatele spectacole de scenă ale Radio City Music Hall. (Nimic nu este prea bun pentru Detroit). Celebrarea finală a noului model de maşină a avut loc la ora 21 în acea seară, când new-yorkezilor li s-a oferit un spectacol cu focuri de artificii, care a durat 35 de minute, deasupra Central Parkului. George Plimton a difuzat simultan comentarii la radio, şi la megafoane, pentru mulţimile de oameni, descriind focurile de artificii internaţionale şi muzica simfonică care le însoţea. Firma mea P.R., a fost ajutată de două agenţii de publicitate iar orchestra de alămuri a firmei Chrysler a acompaniat toată această petrecere gigantică de 24 de ore.

New Yorkul nu va uita niciodată nici petrecerea pe care a dat-o firma Cartier pentru a sărbători noua ediţie a primului ceas de mână Santos, inventat de un bijutier parizian Louis Cartier, la începutul acestui secol, pentru prietenul său aviatorul Santos. Ralph Destino, preşedintele companiei americane Cartier, a invitat câteva mii de oameni eminenţi, la o serată sobră, la muzeul Naţional Guard Armory în strada 66, Park Avenue.

Locul a fost transformat într-o combinaţie de muzeu de aviaţie şi discotecă! Avioane vechi, care erau încă în stare de zbor, erau etalate pe podea sau erau suspendate de plafonul înalt, asemenea unor mobile. Aviatori, îmbrăcaţi în costume de zbor purtate la începutul secolului şi în timpul celui de-al doilea război mondial, stăteau lângă avioanele lor şi răspundeau la întrebări. Musafirilor li s-a servit cina la nişte mese decorate cu multă grijă şi minuţiozitate. Apoi Destino a decernat câteva premii unor vestite celebrităţi şi oaspeţii au vizionat un film mai vechi, arătându-l pe Santos la începutul anilor 1900, în Franţa, în unele din îndrăzneţele lui escapade aeriene. Programul a atins punctul culminant datorită unui laser show proiectat sus, deasupra capetelor invitaţilor, a fost pentru prima dată când oaspeţii erau martorii unui asemenea eveniment. Dansând după aceea, pe muzică rock într-o parte a muzeului (transformată în discotecă), invitaţii au fost în culmea încântării. Nici un alt ceea de mână nu s-a bucurat vreodată de un asemenea tribut.

Cei mai mari şi cei mai constanţi cheltuitori de fonduri pentru petrecerile de lansare a produselor, în afara fabricanţilor de automobile, probabil că sunt cei de la companiile de cosmetică şi parfumuri. Când urmează să fie prezentat un produs mai însemnat, de obicei, se dă o petrecere mare la New York care este comentată pe nerăsuflate, în cele mai mici amănunte, de ziariştii de scandal. Los Angelesul şi Chicagoul au propriul lor gen de petreceri, cu designerul sau personalitatea care dă parfumului un nume înscriindu-l pe o carte de vizită specială. Acestea sunt urmate de "mini-petreceri" date de magazinele de pe tot cuprinsul ţării pentru a lansa produsul respectiv pe plan local, cheltuielile fiind deseori împărţite între companie şi magazin.

New Yorkezii mai vorbesc încă despre "decadenta", petrecere dată de firma Yves St. Laurant acum câţiva ani pentru a lansa parfumul său Opium, pus în vânzare în această ţară de compania Squibb. Petrecerea a fost ţinută pe o luxoasă corabie chinezească, acostată în portul New York; cu o sumedenie de focuri de artificii şi a fost invitat un număr enorm de personalităţi franceze, pentru a impresiona pe new-yorkezii veşnic blazaţi. Când firma Lancôme a lansat noul său parfum "Magie Noire", ea a închiriat (pentru o seară) o imensă discotecă unde a organizat o serată fascinantă, extrem de elegantă şi fastuoasă, pentru mai multe sute de persoane.

Când Max Factor a prezentat noul parfum "Missoni" (al firmei Tai şi Rosita Missoni) a închiriat grădina Engelhard a Muzeului de Artă Metropolitan, folosind-o ca loc de desfăşurare a petrecerii. Cinci sute de persoane priveau copleşiţi frumosul peisaj, admirând giganticele vitralii Tiffany şi urmărind parada modei din sala muzeului, a costumelor tricotate, viu colorate, Missoni. Aceasta este tipic pentru ceea ce se întâmplă în spaţiile amenajate cu imaginaţie unde se dau petreceri, de pe tot cuprinsul ţării. Muzee, teatre de operă, biblioteci şi alte instituţii neprofitabile dau cu împrumut spaţiile lor unor corporaţii pentru organizarea de distracţii, în schimbul unei frumoase donaţii, care uneori nu este mai mare de 500 de dolari, în timp ce în majoritatea instituţiilor din New York, este de 50.000 de dolari.

Firmele Chrysler, Cartier, Missoni, giganţii din domeniul textilelor, deşi nu reprezintă majoritatea fabricanţilor, dar oricum, urmărind ce fac aceste firme gigantice când îşi lansează produsele, o companie mică se poate inspira pentru a găsi idei înnoitoare, pe care să le adapteze la bugetul ei, pe măsura posibilităţilor. Se poate da o petrecere şi într-o casă cu valoare istorică locală, urmată de un mic spectacol cu focuri de artificii la sfârşitul cocteilului, sau folosind un prezentator care face reclamă produselor companiei. Preţul nu este ultimul criteriu. *Succesul depinde de faptul dacă un lucru este bine făcut.*

Compania îşi distrează angajaţii

O companie sau o firmă de orice dimensiuni poate ridica moralul personalului dacă dă o petrecere bine organizată pentru angajaţii ei. Unele companii organizează una în perioada Crăciunului, dar nu este neapărat nevoie ca petrecerea să fie făcută de sărbători. Unele companii au petrecerea lor anuală proprie:

- De Sfântul Valentin (pe 14 februarie).
- Înainte de sărbătoarea din 4 iulie (cu picnicuri de familie).
- De Paşte (cu câte un ou pentru copii).
- De ziua Sfântului Patrick (dacă firma e irlandeză).
- De ziua lui Columb (dacă firma e italiană).
- De ziua fondării companiei (ziua în care a fost deschisă în mod oficial compania).

• De ziua sărbătoririi Sfintei Lucia (dacă firma este suedeză).

Dacă se doreşte, petrecerea poate fi legată de o sărbătoare naţională sau de o temă etnică sau istorică.

Cele mai bune genuri de petreceri pentru funcţionari sunt acestea:

• La care sunt invitate familiile
• Care se ţin într-un loc accesibil, nu prea greu de ajuns cu autocarul companiei sau cu mijloacele de transport în comun.
• Care includ jocuri, competiţii, sporturi (cu premii pentru cei care câştigă, premii pentru cei care aproape au câştigat şi un premiu pentru "cel mai slab" sau "cel mai nepriceput" - având grijă ca persoana care primeşte premiul pentru "cel mai nepriceput" să privească totul ca o glumă, nu ca o ofensă).
• Să fie fotografiaţi de un fotograf (la care se pot comanda pozele după aceea).
• Să fie oferite băuturi uşoare, mâncare într-adevăr bună, şi totul din abundenţă.
• La care participă toţi cei din fruntea companiei. (Nu este momentul pentru unul dintre directori să stea acasă).

Petrecerea de Crăciun la birou

Petrecerea de sărbători a companiilor a suferit schimbări radicale în ultima decadă. Prea multe corporaţii au fost martorii a ce înseamnă consumul de alcool în exces - episoade stânjenitoare sau, mai rău, accidente serioase de automobil în drum spre casă. Există opţiuni:

• Dacă se serveşte alcool, compania plăteşte pentru taxiurile care să-i ducă pe funcţionari acasă.
• Compania cumpără bilete pentru angajaţi şi familiile lor la o piesă de teatru, la operă, la un concert, la un recital (de dans), sau chiar la un film, fiind prevăzută aprovizionarea cu floricele.
• Angajaţii se bucură de jumătate de zi de concediu, în locul unei petreceri.
• Angajaţii sunt informaţi cât ar fi costat pentru petrecerea companiei; un comitet al salariaţilor fixează o instituţie de caritate care să primească aceşti bani, căreia salariaţii îi prezintă un CEC.
• Angajaţii invită copii orfani sau handicapaţi la o petrecere care se ţine în sediul companiei, în loc să organizeze o petrecere pentru ei.

Unele companii dau o petrecere mare pentru toţi angajaţii la sfârşitul fiecărui an plin de succes, pentru a arăta cât de mult apreciază contribuţia acestora la succesul companiei. Jerry Sanders III, preşedintele Companiei de Micro-utilaje avansate, din Sunnyvale, California, a invitat în 1983, 8000 de salariaţi şi oaspeţi la o petrecere de Crăciun, la San Francisco, cheltuind aproape 750.000 de dolari pentru aceasta. Revista "Fortune" s-a referit la acest eveniment ca la "Petrecerea giga-dolarilor" (giga însemnând miliard), pentru că gazda se folosise de petrecere pentru a îndemna angajaţii să-l ajute să câştige cei 900 milioane de dolari rezultaţi din vânzări în anul următor. Pentru aceşti angajaţi a fost un eveniment pe care nu-l vor uita niciodată.

O petrecere dată în cinstea artelor

O corporaţie are deseori puterea să ajute un scriitor local, un artist sau un om de artă, în mod efectiv, onorându-l cu o recepţie.

Dacă un prieten al companiei sau unul dintre executivi publică o carte, cineva din direcţiune poate să dea un cocteil pentru proprietarii de librării, pentru presă, pentru cetăţenii importanţi sau librăriile locale. Dacă compania doreşte să ajute un tânăr artist local, poate să organizeze un cocteil în galeria de artă sau muzeul în care sunt expuse lucrările acelui artist. Sau, compania poate să facă o expoziţie cu creaţiile acelui artist în propriul său hol sau în orice alt loc din sediul corporaţiei.

Compania poate găzdui o petrecere după concertul unui muzician în oraşul respectiv; musafirilor li se va servi un pahar cu vin şi-l vor întâlni pe artist. Şi de această dată, poate fi invitată presa (atât pentru a-l ajuta pe muzician, cât şi pentru creşterea prestigiului companiei) şi manifestarea va reuni la un loc un eveniment social, un eveniment muzical şi efortul de a stabili bune relaţii cu publicul.

O companie poate să realizeze în birourile ei o expoziţie a artistului care a executat lucrările artistice ce ilustrau raportul anual. Originalele lucrărilor artistice pentru raport vor fi, desigur, prezentate alături de alte lucrări ale artistului - o idee excelentă de stabilire a relaţiilor cu publicul.

Invitaţia companiei pentru orice eveniment de acest gen trebuie să se refere la lucrările onorate. De exemplu, pentru o petrecere care lansează o carte, drept invitaţie poate fi folosită coperta cărţii. O invitaţie la o petrecere "în cinstea arhitecţilor şi designerilor noii noastre clădiri" poate încorpora reproduceri ale schiţelor originale sau reproduceri după acestea.

Divertisment pentru oaspeţi străini, clienţi şi angajaţi împreună. Studiul unui caz

O companie mică poate învăţa mult din eforturile încununate de succes şi bine plănuite ale unei corporaţii gigantice ca de exemplu Banca "Chase Manhattan". Condiţiile cheie prealabile unei planificări şi coordonări au fost, desigur, vizibile în 1980 când "Chase Manhattan" a ţinut un "Forum pe tema economiei Chinei" la care a participat cel mai mare grup de oficialităţi importante chineze, ce a vizitat vreodată o organizaţie americană non-guvernamentală şi la care au participat şefi ai executivului de la multe corporaţii de seamă americane. Forumul şi divertismentul programat au culminat a doua zi cu o importantă manifestare culturală - un concert dat doar pentru invitaţii şi angajaţii băncii la Avery Fisher Hall în Centrul Lincoln din New York.

Invitaţiile către Consiliile de administraţie chineze şi americane au fost realizate cu patru luni înainte de luna iunie, când a avut loc evenimentul. Departamentul pentru evenimente speciale al băncii a trebuit să facă simultan planurile pentru:

• Dineul de deschidere oferit participanţilor la forum pe domeniul Rockfeller de la ţară, lângă Tarrytown, New York.

• Întâlnirile de-a doua zi pentru forum, inclusiv prânzul şi o recepţie la sediul Chase Manhattan din zona Wall Street.

• Manifestările de la Avery Fisher Hall din acea seară au constat în:

Cocteiluri şi cină pentru participanţii la forum.

Cocteiluri pentru ceilalţi musafiri la Grand Tierlobby înainte de concert.

Şampanie servită în sălile de la etajele inferioare pentru toţi cei care participau la concert.

Pregătirile au inclus designul, producerea şi trimiterea prin poştă a mii de invitaţii pentru chinezi (ale lor au fost trimise toate o dată şefului delegaţiei), pentru

Consiliile de administraţie americane, pentru angajaţii băncii şi clienţii ei. Toate plicurile au fost scrise de mână. Meniurile pentru mese, programele pentru concert şi broşurile pentru participanţii la forum au fost tipărite atât în engleză, cât şi în chineză. Cu câteva zile înainte de începerea evenimentului, biroul Chase Manhattan era plin de diverşi furnizori, oameni care să asigure securitatea, interpreţi şi stenodactilografi bilingvi angajaţi special pentru acest eveniment. Un birou din Chase se ocupă doar de aşezarea invitaţilor, atât în timpul spectacolelor de seară, cât şi al prânzului forumului.

Familiarul însemn albastru-închis al Chase Manhattan-ului a apărut pe fiecare invitaţie şi pe toate hârtiile tipărite în legătură cu evenimentele din cele două zile. Aceia care au fost invitaţi să participe la forum au primit o carte poştală simplă R.S.V.P. pe care trebuia s-o completeze şi s-o înapoieze. Atenţia la detalii era numai aparent superficială. Invitaţii au fost chiar întrebaţi dacă vroiau să fie trecute poreclele lor pe insignă. Cartea poştală RSVP reproduce aici formatul folosit de Chase care a fost atât de reuşit.

(Simbolul Companiei)

FORUM PE TEMA ECONOMIEI CHINEI
5-6 Iunie 1980

❑ Vreau să particip la Forum. ❑ Nu pot să particip la Forum.
Voi fi însoţit de:
(Nume) _____
(Funcţie) _____
Planurile noastre pentru participarea la Forum includ:

	Eu	Colegul meu
Sesiune de lucru, 5 iunie	❑	❑
Sesiune de lucru, 6 iunie	❑	❑
Prânz, 5 iunie	❑	❑
Prânz, 6 iunie	❑	❑

Eu/Noi vom sta la _____
Eu/Noi intenţionăm să ajungem în New York în ziua _____ la ora _____
Semnat _____
Numele tău (bătut la maşină sau tipărit)
Porecla ta, dacă doreşti, pentru ecusonul cu numele _____
NOTĂ: Pentru confirmarea imediată a locului dvs. la Forum, vă rugăm să sunaţi la biroul Vice-Preşedintelui şi Executivului de Departament, Republica Populară Chineză, la (000) 000-0000, înainte de a pune acest formular la poştă.

Dineul de deschidere a fost găzduit de familia David Rockefeller la proprietatea sa, din Pocantico Hills. La invitaţia oficială era ataşată o carte poştală RSVP cu un plic timbrat pe care era scrisă deja adresa pentru înapoiere. La primirea unui răspuns pozitiv, Banca expedia drept răspuns o carte poştală exprimând mulţumirea şi încântarea familiei Rockefeler pentru că persoana sau cuplul respectiv poate să participe. În plic se aflau o hartă pentru aceia care intenţionau să vină cu maşina

proprie până la Tarrytown precum şi instrucţiunile asupra modului în care se poate ajunge la proprietate, şi cu autocarul.

Trei sute treizeci şi cinci de persoane distinse americane şi chineze au cinat în seara respectivă sub un umbrar galben cu alb. Feţele de masă şi florile erau galbene şi albe. Un program care conţinea meniul şi o listă a oficialităţilor chineze şi a oaspeţilor americani de la petrecere se aflau pe ficcare loc. Un grup de violonişti "Strolling Strings" cântau serenade pentru musafiri, mergând printre mese. La sfârşitul dineului chinezii şi americanii erau relaxaţi şi deveniseră foarte familiari unuii cu alţii.

Forumul a început a doua zi cu o cafea la 8,30. A urmat o pauză pentru câte o cafea sau ceai la 10,05 apoi prânzul la 12,15. Forumul şi-a întrerupt lucrările la ora 15,00. În timpul întâlnirii propriu-zise, participanţii au stat pe scaune confortabile, câte 2 la fiecare masă îngustă. Interpreţii, secretarii şi operatorii de la telefoane erau disponibili, pentru a-i ajuta pe participanţii care aveau vreo afacere urgentă, de încheiat de acolo în timpul acelei zile.

Seara „Chase Night" cu Filarmonica a avut loc în Avery Fisher Hall de la Centrul Lincoln. Acesta a fost apogeul unui întreg an de muncă al personalului executiv. William Toran, vice-preşedintele marketingului, s-a ocupat de asigurarea locurilor pentru 27000 de persoane. Erau de două ori mai multe cereri de locuri decât locurile disponibile. Toran a însărcinat câte o persoană din fiecare departament al băncii să se ocupe de clienţii respectivului departament. Cocteilurile au fost servite tuturor oaspeţilor înainte de concert; în acelaşi timp, V.I.P.-urilor li s-au oferit cocteiluri şi cina la Clubul Operei Metropolitan de la Centrul Lincoln, o cameră frumoasă cu un design de artă decorativă în negru şi argintiu. Feţele de mese erau roz; florile erau bujori de un roz-pal, în vase de teak* chinezeşti. Fiecare oaspete a găsit o carte de vizită care indica locul şi o listă de bucate la locul său. Frumuseţea decorului a făcut o impresie deosebită asupra chinezilor.

Oaspeţii care au participat la concert au primit fiecare câte o invitaţie cu un plic timbrat de înapoiere. (Textul invitaţiei apare în pag. 338).

Programul concertului, care se afla pe fiecare scaun din sală, era tipărit atât în chineză cât şi în engleză. Preşedintele băncii a rostit un mesaj de salut şi s-a referit la câteva puncte esenţiale ale relaţiilor publice:

"Suntem foarte mândri de sprijinul acordat Filarmonicii din New York şi altor activităţi ale Centrului Lincoln de practicare a artelor frumoase. Banca Chase a avut privilegiul de a ajuta, de-a lungul întregii sale istorii, şi de a veghea şi asupra altor instituţii culturale din New York, care contribuie la îmbogăţirea calităţii vieţii pentru cei de aici şi pentru vizitatori."

O lună după concert fiecare invitat a primit din partea băncii, un album de amintiri direct în cutia poştală. Pe copertă era fotografia colorată a Sălii Avery Fisher noaptea, clădirea reflectându-se magic sub ploaie în marea piaţă; titlul era "Un album comemorativ al Chase Night la Filarmonica". Programul de concert Beethoven era tipărit pe cealaltă parte; sus era insemnul Chase plutind ca un halou deasupra capului lui Beethoven. Acesta era doar un alt aspect al amabilităţii şi profesionalismului cu care fusese organizată întreaga acţiune.

---

* teak - lemn indian rezistent de culoare galben-cafeniu

Banca Chase Manhattan
vă roagă s-o onoraţi cu participarea
dvs. la un concert particular

Noaptea Chase
la Filarmonică

Eugene Ormandy,
Dirijor oaspete

Orchestra Filarmonicii din New York

Andre Walls,
Solo-Pian

Joi, 5 iunie, 1980
la ora 20,00
Sala Avery Fisher
Centrul Lincoln pentru arte performante

RSVP inclusă *Strada 65 Broadway*

Cum poate copia o companie mică ideile uneia mari

Preşedintele unei companii de mărime medie auzind de puternica Bancă Chase Manhattan şi de stilul ospitalităţii Rockefeller se întreabă cum l-ar putea aplica, când propria sa companie pregăteşte evenimente deosebite.

Totul este relativ; formula Chase poate fi adaptată, pe scară mai mică, şi la o manifestare mult mai simplă şi mai puţin costisitoare, presupunând că acea companie ar avea acces la o formaţie locală de artişti care ar putea da o reprezentaţie într-o sală de concerte sau de teatru, disponibilă. (Uneori chiar şi aula companiei este foarte potrivită pentru un concert).

Preşedintele poate să-şi invite oaspeţii străini la un seminar pe care îl organizează în localul companiei. El poate să le fie gazdă la cină, în seara respectivă, acasă sau într-un restaurant şi masa să fie urmată de un concert, dat de un grup local de muzicieni, la care poate să invite şi toţi salariaţii şi clienţii.

De obicei oamenilor din alte ţări le place foarte mult o seară în care există şi un moment cultural, iar dacă ştiu că seara respectivă a fost organizată în mod special pentru ei, se simt deosebit de încântaţi.

PROTOCOL DE DIVERTISMENT PENTRU GAZDE ŞI MUSAFIRI

Manierele şi responsabilităţile gazdei şi ale musafirilor

Manierele pe care le manifeşti în public afectează, la fel de puternic, prestigiul companiei tale ca şi pe al tău. Trebuie să îţi dai seama de nuanţele comportamentului, indiferent dacă eşti gazdă sau musafir. Chiar şi un act care pare nesemnificativ, ca de exemplu felul în care dai comanda chelnerului, poate determina o părere puternic negativă în opinia altora despre potenţialul şi capacitatea ta ca executiv. Un preşedinte de companie mi-a povestit că a invitat o dată, la un prânz, pe unul dintre tinerii săi executivi, cu mari năzuinţe - era prima dată când lua masa de prânz doar cu el - în scopul de a-i spune că urma să plece la Paris, să conducă micul birou al companiei care se afla acolo. Era o slujbă de "milioane". Preşedintele a declarat cu tristeţe, după aceea, că "din momentul în care acest individ şi-a fărâmiţat pâinea peste jumătate din faţa de masă, şi-a lăsat cuţitul de unt pe faţa de masă, şi-a înmuiat şerveţelul în apa din pahar pentru ca să-şi şteargă gura şi i-a zis de trei ori chelnerului "Dă-mi" în timp ce comanda mâncarea, am ştiut că acest tip nu va merge să ne reprezinte la Paris".

Trebuie să fii atent la felul de relaţie pe care o ai cu o altă persoană şi să-ţi faci invitaţiile în concordanţă cu aceasta. Bunul simţ trebuie să dicteze modul de a invita pe cineva. Cu alte cuvinte, invitaţia trebuie să se potrivească cu relaţia pe care o ai cu acea persoană, şi cu interesul pe care îl ai în cultivarea relaţiei respective. Invitaţia poate fi pur şi simplu pentru a cunoaşte acea persoană mai bine. Aceste nuanţe se reflectă în rolul tău de gazdă astfel:

- O invitaţie la cină, acasă, va fi adresată numai unui bun prieten de afaceri; va fi invitată şi soţia (soţul), bineînţeles. Aceasta este un gen foarte personal de invitaţie.
- Nu vei invita acasă pentru cină, pe cineva pe care de abia l-ai cunoscut. Un dineu acasă este una iar o invitaţie la o masă neoficială, pentru două persoane, acasă, este cu totul alta.
- Destul de logic, dacă încercând să te plăteşti faţă de cineva sau să-l convingi să încheie o afacere; îi vei invita la cel mai bun restaurant pe care ţi-l poţi permite.
- O femeie executiv poate invita un bărbat căsătorit la prânz, fără soţia lui, dar nu la cină. O invitaţie la cină adresată unei persoane căsătorite de sex opus celui ce invită şi excluzând soţia (soţul) nu este admisă, chiar dacă este făcută fără gânduri ascunse.

Un tânăr executiv, nou venit în companie, nu va invita un director superior la prânz. Pare a forţa lucrurile şi e ca şi când ar încerca să se dea bine pe lângă superior, să-l perie.

Dacă un coleg şi soţia lui te invită împreună cu soţia ta la un restaurant foarte modest, nu întoarce invitaţia cu o masă la un restaurant foarte costisitor. Poate să fie stânjenitor pentru celălalt cuplu. Răsplăteşte invitaţia cu ceva asemănător.

Dacă oferi cocteiluri cuiva care tocmai şi-a luat prânzul sau cina într-un restaurant de prima clasă, nu te-ai plătit de obligaţie. Trebuie să-i răspunzi la fel cum te-a tratat el.

Manierele la restaurant

Dacă întrebi proprietarul unui restaurant ce atitudine considera el ca fiind cea mai nepoliticoasă formă de comportament, din partea unui client, probabil, îţi va răspunde că este aceea a oamenilor de afaceri care sună să facă rezervări pentru firmă şi după aceea nici nu se arată şi nici nu mai sună. În consecinţă, proprietarul rămâne cu mese goale şi o substanţială pierdere în venit.

Rezervarea la cină cât de repede posibil dacă a intervenit ceva şi cina nu mai poate avea loc. Dacă la petrecerea ta plănuită pentru 8 persoane urmează să participe 5, sună la restaurant şi anunţă acest lucru. S-ar putea foarte bine ca ei să rezerve altă masă, care altfel ar rămâne goală.

Protocolul pentru gazde şi musafiri la restaurant

Din punctul de vedere al gazdei — *Din punctul de vedere al invitatului*

Cine plăteşte

Lasă să se înţeleagă de la început că tu vei achita nota de plată. Ca gazdă, tu stabileşti data şi ora, faci aranjamentele, şi iei nota de plată.

Dacă este clar că ai fost invitat nu argumenta când se aduce nota de plată "data viitoare". Poţi foarte bine să-l inviţi şi să plăteşti tu.

Stabilirea orei invitaţiei

Pentru un prânz de afaceri, care nu este urgent, fă invitaţia cu cel puţin trei zile înainte, dar e preferabil să o faci cu o săptămână înainte. O invitaţie făcută în ultima clipă dă impresia că nu acorzi prea multă importanţă persoanei pe care ai invitat-o.

Nu o face pe gazdă să aştepte răspunsul tău. Să nu spui: "O să vă anunţ" şi apoi să o laşi să aştepte mai mult de 24 de ore. Dacă este posibil, dă-i răspunsul în aceeaşi zi.

Amânarea sau schimbarea datei

Nu schimba data prânzului decât dacă este absolut necesar. Dacă-l amâni, trebuie să fii convins că ai un motiv întemeiat şi aranjează-l pentru o altă dată, peste câteva zile. Dacă trebuie să amâni, dă tu însuţi telefon, nu o lăsa pe secretara ta s-o facă.

Nu amâna data unei invitaţii pe care ai acceptat-o decât dacă ai un motiv extrem de important, o urgenţă. Dacă trebuie să amâni dă tu însuţi telefon, nu o pune pe secretara ta să-l dea.

Confirmarea

Sună-l pe musafirul tău sau pe secretara acestuia în dimineaţa zilei prânzului sau cinei respective (sau cu o seară înainte de întâlnirea de la micul dejun) pentru a-ţi confirma data, ora şi locul. Aceasta pentru a evita orice eroare cu privire la detalii.

Dacă gazda ta nu a sunat ca să confirme, ar fi înţelept din partea ta să suni la biroul acesteia seara, înainte de micul dejun, sau în dimineaţa zilei în care trebuie să aibă loc prânzul sau cina, pentru a verifica din nou detaliile.

Punctualitatea

Fii punctual. De fapt, e bine să soseşti cu câteva minute mai devreme, astfel încât să fii acolo pentru a-i saluta pe invitaţi şi nu să fii tu salutat de ei.

Fii punctual. Este stânjenitor pentru oricine să fie nevoit să te aştepte singur într-un loc public. Chiar dacă este vorba numai de 10 minute, este foarte nepoliticos în aceste împrejurări. Dacă eşti reţinut şi nu poţi deloc să eviţi acest lucru, sună sau pune-o pe secretară să sune la restaurant pentru a informa gazda în privinţa întârzierii tale. Dacă ai întârziat foarte mult, alătură-te gazdei şi celorlalţi musafiri ai ei la felul de mâncare adus. Nu comanda şi felurile de mâncare anterioare, pentru că vei încetini totul şi îi vei irita pe ceilalţi.

Dacă tu ajungi primul

Ajungând la masă înaintea oaspetelui tău, nu mânca pâine şi nu comanda o băutură înainte de sosirea lui sau a ei. Masa trebuie să fie neatinsă, cu servetelele nedesfăcute când soseşte oaspetele.

Dacă-ţi aştepţi gazda la masă, nu mânca şi nu-ţi comanda o băutură înainte de sosirea ei. Masa trebuie să rămână neatinsă.

Cât timp trebuie să-ţi aştepţi prietenul la masă?

Telefonează la biroul persoanei, care a întârziat, după cincisprezece minute. Dacă la birou nu se ştie unde este sau pentru ce întârzie, comandă-ţi ceva de băut şi aşteaptă patruzeci de minute. Apoi ori comanzi dejunul ori chemi chelnerul, îi explici încurcătura în care te afli, şi pleacă dacă vrei, dar lasă-i 5-10 dolari bacşiş, pentru că i-ai ocupat masa ca un client care n-a plătit un dejun.

Aşezarea pe scaun

Dacă te apropii de scaun în acelaşi timp cu oaspetele tău, lasă-l să se aşeze el întâi.

Dacă sunt trei sau mai multe persoane, nu apuca primul un scaun la întâmplare şi te aşezi. Aşteaptă până când îţi indică gazda un anume loc.

Dând comanda

Când chelnerul vine să ia comanda, lasă-i pe musafiri să-şi aleagă înaintea ta felurile de mâncare. Menţionează că acest restaurant este cunoscut pentru mâncarea bună pe care o serveşte. Îndeamnă-i să comande primul fel. Dacă vor să comande ceva care este prea scump (stridii proapete de exemplu), şi bugetul tău îţi permite, îndeamnă-i să comande stridiile proaspete, scoici, somon afumat, sau orice

Dacă eşti într-un grup mare şi nimeni altcineva nu a mai comandat aperitive, nu fi singurul musafir care să faci o astfel de comandă (în special dacă gazda nu te-a îndemnat la aşa ceva). Probabil că fiecare este prea ocupat pentru a mai pierde timpul şi cu aperitivele. Niciodată să nu comanzi cel mai scump lucru de pe lista de bucate dacă gazda ta nu te-a îndemnat, sau n-a spus ceva în genul: "Nu ştiu ce părere aveţi,

alt aperitiv care costă extrava-gant. Dacă unul dintre musafirii tăi a comandat un fel de mâncare scump, dar nimeni nu a mai comandat ceva asemănător, comandă şi tu la fel cu el. Altfel s-ar putea să se simtă prost.

dar când îmi va veni rândul voi comanda stridii".

Când începi să mănânci şi să bei

La orice fel de mâncare gazda trebuie să aştepte până când toţi musafirii sunt serviţi, înainte de a lua un cocteil, o înghiţitură de vin, sau o gură de mâncare.

La o întrunire mică, musafirul de onoare (aşezat în dreapta gazdei) trebuie să înceapă să mănânce primul, îndată ce toată lumea a fost servită.

La o întrunire mai mare gazda trebuie să îndemne pe toată lumea să înceapă să mănânce, imediat ce a fost servită masa pentru a aprecia calitatea bucatelor.

La o întrunire mai mare, dacă primul fel de mâncare este fierbinte, oaspetele de onoare trebuie să înceapă să mănânce de îndată ce este servit, indiferent dacă gazda îşi aminteşte sau nu să-i spună să înceapă. Dacă primul fel de mâncare este rece, el trebuie să aprecieze după caz. Dacă serviciul este lent, poate să înceapă să mănânce înainte ca toată lumea să fie servită.

Nemulţumirile şi criticile

Dacă mâncarea este un dezastru, şi serviciul îngrozitor, nu te plânge despre asta musafirilor şi nu-i face o scenă chelnerului. Spune doar o singură dată invitaţilor: "Restaurantul nu este într-o formă bună în această seară. Îmi pare rău". Nu mai comenta asupra acestui subiect fiindcă musafirii se vor necăji pentru tine şi întreaga atmosferă va deveni stânjenitoare în loc să fie plăcută. Plânge-te directorului astfel încât să nu te audă şi invitaţii tăi şi scrie-i o scrisoare vehementă, dar alegându-ţi cuvintele cu grijă, arătând a doua zi proprietarului, ce n-a fost bine. (vezi Capitolul 3, "Plângeri")

Nu te plânge niciodată de nimic. Dacă ţi s-a dat un pahar ciobit, bea din cealaltă parte a lui. Dacă chenerul îţi uită comanda, menţionează acest lucru accidental gazdei tale. Nu critica mâncarea. Dacă o gânganie înoată în salată, lipseşte-te de ea, fără să atragi atenţia celorlalţi. Dacă îţi lipseşte ceva, ca de exemplu o furculiţă, menţionează aceasta ca din întâmplare gazdei tale. Lasă-o pe ea să trateze cu chelnerul. Nu se cuvine ca musafirul să-l cheme pe chelner la masă.

Regulile nescrise ale comportamentului la restaurant

• Fii atent să te conformezi privind ţinuta. Dacă oamenilor nu le este permis să poarte blugi, dacă bărbaţilor li se cere să poarte haină şi cravată, nu încerca să forţezi direcţiunea să facă o excepţie în cazul tău. O persoană trebuie să se îmbrace potrivit cu cerinţele restaurantului respectiv; unele dintre acestea au preţuri ridicate şi o atmosferă oficială care întâmplător place clientelei.

• *Gazda trebuie să se gândească cui îi este rezervat fiecare scaun la restaurant cu mult timp înainte*, astfel încât lucrurile să fie făcute cum trebuie şi să nu existe un moment penibil de confuzie, în care oamenii să stea în picioare între mese, împiedicând chelnerii, în timp ce gazda se hotărăşte unde să-i aşeze.

Dacă este un scaun prost la masă, cum ar fi de exemplu cel din dreptul uşii de la bucătărie, care este folosită tot timpul sau în centrul unei groaznice tevaturi, gazda trebuie automat să-l ocupe, astfel încât să nu "pedepsească" vreun musafir.

Dacă există fotolii şi scaune laterale, gazda trebuie să ofere musafirilor fotoliile.

O gazdă trebuie întotdeauna să cedeze canapeluţa musafirilor ei. Dacă un cuplu se înţelege bine cu un alt cuplu, de exemplu, gazda şi soţul ei trebuie să ocupe scaunele astfel încât să-i lase să stea unii lângă alţii. Cele mai bune locuri trebuiesc oferite întotdeauna musafirilor.

Gazda bărbat trebuie să stea întotdeauna în faţa invitatei, iar gazda femeie în faţa invitatului. Este mai bine pentru conversaţie.

O persoană handicapată sau cineva mai gras trebuie să primească locul din exterior, pur şi simplu pentru că este mai uşor să intri şi să ieşi de acolo.

• Când soţii (soţiile) sunt prezenţi, executivii nu trebuie să vorbească numai despre afaceri în timpul mesei, ca să nu plictisească cealaltă jumătate a grupului. O persoană incapabilă să vorbească despre altceva în afară de afaceri le provoacă celorlalţi arsuri la stomac (vezi "Arta de a conversa", Capitolul 3)

• Un râs zgomotos şi răguşit poate să însemne că te distrezi foarte bine, dar constituie un comportament egoist care stinghereşte pe alţi clienţi din jurul tău.

• Fâţâitul în jurul mesei poate fi considerat supărător de către majoritatea clienţilor restaurantului şi cu siguranţă de chelnerii pe care-i stânjeneşti în servire. Acest gen de comportare arată că persoana respectivă simte nevoia să iasă în evidenţă; este semnul unui complex de inferioritate, decât de popularitate.

• O persoană care vorbeşte tot timpul la telefon într-un restaurant, în care telefonul îţi este adus la masă, îşi închipuie poate că în felul acesta arată cât este de important, dar adevărata impresie pe care o face celorlalţi este exact contrară. (Mulţi executivi influenţi folosesc în mod deliberat telefonul public în restaurante.)

• Pieptănatul, netezitul sau chiar atinsul părului într-un restaurant este, desigur, nepotrivit.

• Dacă mănâncă extrem de încet, pentru binele celorlalţi musafiri care pot fi neliniştiţi în privinţa orei, gazda trebuie să spună: "Sper că nu vă supăraţi dacă-l rog pe chelner să aducă următorul fel de mâncare. sunt câteva persoane la această masă care au un program încărcat astăzi." când invitatul respectiv primeşte acest semnal, el trebuie sau să se grăbească, sau să sară peste un fel de mâncare, astfel încât să termine în acelaşi timp cu ceilalţi.

• Unul dintre lucrurile cele mai insultătoare pe care poţi să i le faci gazdei tale şi restaurantului, este să ceri sos picant când felul de mâncare principal este o bucată de carne sau de vânat de bună calitate, la care se serveşte un sos excelent făcut de un bucătar cu adevărat profesionist.

• Dacă trebuie să te ridici de la masă ca să te duci la telefon, scuză-te, împătureşte-ţi şerveţelul cu grijă, şi lasă-l pe scaun. Nu îl arunca pe masă pe timpul când eşti plecat. Împinge-ţi scaunul înapoi la masă înainte de a pleca.

• O femeie nu trebuie niciodată să-şi lase geanta pe masă. În primul rând pentru că arată îngrozitor, şi-n al doilea, pentru că este foarte neigienic.

• Nu lăsa o servietă pe masă sau o mulţime de dosare.

• O gazdă grijulie comandă dinainte cina pentru un grup de 10 sau mai multe persoane. Altfel, dineul respectiv se transformă într-un coşmar de logistică, fiecare comandând lucruri diferite şi mâncând feluri de mâncare diferite. Atât musafirii cât şi personalul restaurantului îşi pierd răbdarea când se produc întârzieri.

Există din ce în ce mai mulţi oameni care nu vor să mănânce carne. Din această cauză, gazda, care s-a ocupat dinainte de dineu, trebuie să întrebe la începutul mesei, deîndată ce fiecare şi-a ocupat locul la masă: "Este cineva din cei prezenţi care nu vrea carne?" Dacă există, atunci gazda trebuie să-l avertizeze pe chelner şi să înlocuiască felul de mâncare cu carne cu altul preparat din produse vegetale.

Bacşişurile şi modalităţile de a le oferi

Bacşişul face parte integrantă din programul de divertisment şi industria serviciilor. Mulţi oameni cred că dacă serviciul dintr-un restaurant este slab, atunci nu merită nici o răsplată, şi din punct de vedere logic, au dreptate. Dar eu cred totuşi că trebuie să dai bacşiş, de vreme ce bacşişul reprezintă adeseori o parte importantă a salariului angajatului.

Dacă dai un bacşiş după un serviciu insolent, nepăsător sau ineficient, te poţi totuşi hotărî să nu mai vii acolo altă dată. Cel mai bun mod de a rezolva această situaţie este să scrii o scrisoare politicoasă direcţiunii, cu detalii exacte, asupra motivului pentru care serviciul sau mâncarea au fost inacceptabile. Direcţiunea acelui loc trebuie să ştie acest lucru, aşa că faci tuturor un serviciu, aducându-le la cunoştinţă aceasta. (Vezi "Nemulţumirile"). Pe de altă parte, dacă serviciul a fost într-adevăr excepţional, este un gest frumos să scrii un bilet de apreciere pe lângă bacşişul pe care l-ai lăsat.

Iată două formule de a da bacşiş, una într-un restaurant modest, alta într-un restaurant scump:

Restaurant modest	*Restaurant de categorie lux*
Dă-i chelnerului 15% din totalul notei de plată. Nu există ober (cel care îl supraveghează chelnerul şi picolul şi se ocupă de orice serviciu mai complicat, ca de exemplu filetarea peştelui sau flambarea unui fel de mâncare direct la masă) sau şef de sală ca să îţi mai faci probleme, ci doar chelnerul şi proprietarul.	Dă 20% din totalul notei de plată; din această sumă socoteşte ca 75% să fie pentru chelner şi 25% pentru oberul care se ocupă de masa ta (cel care îl supraveghează chelnerul şi picolul şi se ocupă de orice serviciu mai complicat, ca de exemplu filetarea peştelui sau flambarea unui fel de mâncare direct la masă). Dă-i sommelierului (paharnicului) un bacşiş de 3 până la 5 dolari de sticlă, sau într-un restaurant foarte elegant, 15% din costul vinului.
Nu există paharnic pentru ca să-ţi faci griji. Chelnerul îţi toarnă vinul în pahar.	Dă-i bacşiş femeii de la toaleta de femei câte 1 dolar pentru fiecare musafiră care foloseşte locul respectiv.

Restaurant modest	*Restaurant de categorie lux*
Dă-i garderobierului de la 50 la 75 de cenţi per haină.	Dă-i garderobierului câte 1 dolar per haină.
Nu există portier.	Dă-i portierului 1 dolar pentru că s-a ocupat de maşina ta sau pentru că ţi-a făcut rost de un taxi.
Dă-i celui de la garaj între 50 de cenţi şi 1 dolar.	Dă-i băiatului de la garaj 1 sau 2 dolari pentru că ţi-a adus maşina în faţă.

Diplomaţia invitaţiei

A nu participa după ce ai acceptat / A trimite pe altcineva care să te înlocuiască

Este trist că oamenii din ziua de azi acceptă ceva atât de important ca o invitaţie la cină şi apoi în ultima clipă hotărăsc să nu mai meargă, fără să anunţe pe nimeni. Deseori o astfel de persoană crede că dineul la care a fost invitat este o chestie de umplutură şi că în consecinţă absenţa lui nu va fi observată. Deseori se înşeală; s-ar putea foarte bine să fie cu locuri dinainte stabilite şi dacă el are un rang foarte mare, ar fi trebuit să stea între alte două persoane la fel de importante, care vor trebui să se descurce acum, având un scaun gol între ele. Gazda lui va remarca acel loc liber, desigur, ca şi când ar fi fost sub lumina reflectorului.

Când te angajezi să mergi la o petrecere, trebuie să te duci, dacă nu, trebuie să-ţi anunţi gazdele imediat.

Este la fel de nepoliticos, dacă hotărîndu-te să nu participi la o petrecere de afaceri, îţi trimiţi după aceea un înlocuitor fără să-ţi previi gazdele. S-ar putea să ţi se fi rezervat un loc deosebit la cină, şi dacă trimiţi un executiv tânăr, fără experienţă, ca să umple pur şi simplu locul la masă s-ar putea să comiţi o foarte mare eroare. Există petreceri la care nu-i nici o problemă dacă trimiţi executivi tineri (care abia aşteaptă să aibă o ocazie ca să-şi îmbrace hainele de seară şi să iasă la o cină care i se oferă gratis), dar trebuie să ştii bine ce faci atunci când trimiţi un suplinitor.

Dacă în ultima clipă constaţi că nu poţi participa la o cină la care ai acceptat invitaţia, sună la biroul gazdei tale, transmite-i scuze şi întreab-o dacă "ar fi de folos pentru a salva situaţia" să trimiţi pe cineva de la tine, de la birou, în locul tău. Dă-i gazdei ocazia să treacă peste dezamăgirea provocată de contramandarea pe care o faci în ultima clipă şi apoi să hotărască dacă nu este cineva din companie care ar putea ocupa scaunul liber de la masă. Poate că gazda, preferă ca acel scaun să fie ocupat de unul dintre oamenii ei decât de cineva de un rang inferior din biroul tău.)

Când nu ai fost invitat

Cariera de afaceri a nimănui nu a fost ruinată pentru că nu a fost invitat la o petrecere. Dimpotrivă, multe cariere au fost ruinate tocmai pentru că persoanele respective au ţinut neapărat să fie invitate la o petrecere anume. O persoană care face

tot ce-i stă în putinţă pentru a obţine o invitaţie la o petrecere poate avea momentan succes în a-şi atinge scopul, dar în timp asemenea eforturi îi sunt de obicei dăunătoare carierei.

Informează-te dacă nu a fost numai o eroare de transcriere care a împiedicat să primeşti o invitaţie. Roagă-l pe un prieten care a fost invitat să se intereseze în mod discret la secretara gazdei dacă nu figura şi numele tău pe listă. Dacă nu figura, nu încerca să faci să fie pus acolo. Nimic nu face o impresie mai proastă decât un executiv care "trage sforile" pentru a se face invitat la o petrecere unde prezenţa lui nu constituie o prioritate.

Invitând şeful şi fiind invitatul şefului

Pare pretenţios când o persoană tânără şi fără experienţă îşi invită şeful şi soţul (sau soţia acestuia) la cină - dacă tânărul nu-i cunoaşte bine.

Îl pui pe şeful tău în încurcătură, invitându-l la cină "oricând stabiliţi dumneavoastră data unei seri". Este greşit să faci aşa ceva. Dacă îl cunoşti pe şeful tău de-o viaţă, şi ai fost invitat la el acasă la masă, desigur, ai dreptul să-l inviţi la cină. Totuşi, cu cât sunt mai puţini cei care ştiu despre acest lucru, cu atât este mai bine. Nu trebuie să discuţi despre asta la birou (nici secretara şefului nu trebuie să ştie), pentru că aceasta ar putea stârni gelozia colegilor tăi.

Dacă l-ai invitat pe şeful tău şi pe soţia lui la o masă şi, amândoi sunt cu mult mai bătrâni decât tine şi partenera ta de viaţă, ar trebui să mai inviţi încă un cuplu mai apropiat ca vârstă de ei, dintre proprii tăi prieteni din afara biroului). Lor le va face plăcere compania unui cuplu mai tânăr, dar fiind încă un cuplu apropiat de vârsta lor, conversaţia va fi mai legată în grup.

Dacă lucrezi în meseria ta de un an sau de mai mult timp, şi dacă nu-l cunoşti pe şeful tău în particular desigur că poţi să-l inviţi împreună cu soţia la o petrecere de cocteiluri la care să fiţi gazde tu şi soţia ta. Şeful tău poate foarte uşor să decline invitaţia ta; să accepte sau nu, nu este obligatoriu să accepte cum ar fi în cazul unei invitaţii la cină.

Uneori un executiv tânăr şi soţia (soţul) lui figurează în mod continuu pe lista de invitaţi a şefului la dineuri. Dacă se întâmplă aşa, înseamnă că te descurci foarte bine în relaţiile de societate şi ajuţi la succesul desfăşurării petrecerii. Nici despre aceste invitaţii, nu este înţelept să vorbeşti pe la birou. Nu trebuie să te simţi obligat să-ţi inviţi şi tu şeful şi soţia lui, ca răspuns de fiecare dată când eşti invitat la un cocteil sau o cină. Ei nu aşteaptă din partea ta să le faci şi tu o invitaţie ca răspuns, participând la petrecere le-ai făcut un serviciu.

Chiar dacă "ai contribuit" la bunul mers al petrecerii şefului tău, tot ar trebui să trimiţi un bilet de mulţumire după aceea. Este un act de politeţe pe care e bine să-l faci.

Executivul sau soţia lui trebuie să facă invitaţia?

În organizarea unei întâlniri pentru un dineu între cupluri, sunt adeseori nelămuriri în legătură cu persoana care trebuie să facă invitaţia, soţia unui executiv trebuie să o sune pe soţia celuilalt, sau executivul trebuie să facă invitaţia adresându-se celuilalt executiv şi să-l roage s-o transmită soţiei (sau soţului)

acestuia. Este derutant în special dacă o femeie-executiv face invitaţia. Trebuie ea să sune pe soţia colegului ei, pe care s-ar putea să n-o cunosc, sau colegul ei va fi cel care va transmite invitaţia soţiei sale?

Câteva sugestii asupra acestui subiect:

- Dacă n-o cunoşti pe soţia colegului, este mai uşor să-l inviţi pe executiv la un prânz în timpul săptămânii şi să renunţi să-i inviţi şi perechea. Totuşi, dacă ai întâlnit-o pe soţia executivului, s-ar putea să fie folositor pentru cariera ta să-i inviţi pe amândoi la cină.
- Invită întotdeauna şi soţia (sau soţul) dacă faci o invitaţie pentru o seară sau pentru sfârşitul de săptămână.
- Dacă soţul (soţia) tău (ta)va fi cu tine şi executivul pe care l-ai invitat e necăsătorit, întreabă-l dacă nu vrea să mai aducă pe cineva. (Cuvântul "cineva" sună mult mai bine decât cuvântul "prietenă".) Dacă nu e căsătorit nu încerca să-i aranjezi o întâlnire cu o femeie (acest lucru se aplică la fel pentru o femeie necăsătorită) este mult mai bine să petreci o seară confortabilă în trei, decât una tensionată în patru!
- Dacă persoana pe care ai invitat-o la cină nu locuieşte în oraş şi ai afaceri importante de discutat cu ea, ar fi foarte nepoliticos din partea ta să nu-i inviţi şi soţia, chiar dacă propriul tău soţ nu va veni cu tine.
- Ea (sau el) nu trebuie lăsată să lâncezească într-o cameră de hotel în timp ce tu şi oaspetele din executiv vă bucuraţi de o cină de afaceri.
- O femeie-executiv şi un client sau un asociat bărbat, chiar fiind amândoi căsătoriţi, dă ocazia bârfei şi criticiilor dacă sunt văzuţi, în oraşul în care locuiesc, cinând împreună în public. Ei ar trebui să discute problemele de afaceri la un prânz în loc de cină. Dacă se află amândoi într-un alt oraş cu afaceri, întâlnirea lor la cină este cu totul altceva. Cinând împreună cu cineva în timp ce eşti într-un alt oraş nu dă naştere bârfelor maliţioase.

Invitarea unei persoane necăsătorite nu implică automat "aducerea prietenei!"

Un executiv poate să-şi aducă prietena la o petrecere numai dacă a fost rugat de gazde să facă astfel, sau dacă el le-a cerut permisiunea şi cererea i-a fost acceptată.

Dacă invitaţia pe care o primeşti are înscris numele tău pe ea şi în continuare este specificat "împreună cu", cu siguranţă că poţi să mai aduci pe cineva. Este cu adevărat nepoliticos să te prezinţi cu încă cineva dacă nu ai comunicat în prealabil acest lucru gazdelor tale. S-ar putea să fi fost invitat de către gazdele tale în calitate de persoană neînsoţită, singură din necesitate.

Unii oameni necăsătoriţi consideră că este absolut normal să apară la un cocteil cu prietena (prietenul) lor (sau chiar cu membri din familie). Dacă locul în care se dă petrecerea este strâmt, gazda s-ar putea să-şi fi întocmit lista de invitaţi cu extrem de multă atenţie. Apariţia ta cu cineva care nu a fost invitat poate atrage o atitudine ostilă din partea gazdei asaltate.

Cu alte cuvinte, nu lua niciodată nimic drept de la sine înţeles. Întreabă înainte. Gazda ta sau secretara ei, probabil că vor fi cinstite cu tine spunându-ţi dacă este sau nu cazul să mai aduci pe cineva.

Important: Dacă invitaţia este pentru o masă, nici măcar să nu întrebi dacă poţi să mai aduci un invitat.

Când o femeie executiv, căsătorită, merge cu un prieten la o petrecere organizată de companie

Unul dintre cele mai uşoare moduri în care o femeie-executiv poate să-şi piardă reputaţia, până atunci foarte bună şi să atragă atenţia în sens negativ asupra ei este acela de a apărea la o petrecere a companiei cu altcineva decât cu soţul ei. Nu contează dacă petrecerea este dată cu ocazia pensionării cuiva, "bunul prieten Jerry", sau o cină sobră (la cravată neagră) după un spectacol de deschidere a operei; ceilalţi soţi din companie s-ar simţi stânjeniţi şi s-ar crea o atmosferă de ostilitate în apărarea soţului care lipseşte.

Oricât de neconformistă ar fi societatea noastră în unele părţi, lumea afacerilor americane a rămas fundamental conservatoare. Este de aşteptat ca preşedinţii companiilor şi întreprinderilor să se comporte cu demnitate în public ori a te expune cu un amant este un comportament nedemn.

Executivul şi amantul sau amanta lui au multe alte ocazii de a fi împreună, departe de lumina reflectoarelor lumii corporaţiei. Un executiv care are probleme în căsnicie, trebuie ori să apară fără amant(ă) la o petrecere din cadrul corporaţiei, ori să nu se mai prezinte deloc (Vezi, de asemenea, "Când vin şi colegii împreună cu tine", Capitolul 6).

Când musafirii tăi nu mai vor să plece acasă

Unii oameni nu ştiu pur şi simplu când trebuie să plece acasă. Ori pentru că au băut prea mult ori pentru că sunt prea însinguraţi şi se simt bine într-un grup vesel cu care s-au întâlnit după foarte mult timp. Oricare ar fi motivul, ei nu trebuie să-şi pedepsească gazdele. Oaspeţii care nu vor să plece acasă trebuie să fie stimulaţi cu amabilitate să plece, chiar dacă este sâmbătă seara. Mulţi oameni trebuie să-şi petreacă un timp preţios a doua zi activând şi nu dormind.

Este simplu să te ocupi de plecări dacă petrecerea se ţine într-un restaurant. Gazda cere nota de plată şi o aşează în faţa musafirilor. Acţiunile sale lasă să se înţeleagă în mod evident că petrecerea s-a încheiat. De obicei, oaspeţii încep să se agite, când gazda se întoarce şi spune ceva de genul: "Ei, cred că este momentul să-i lăsăm pe aceşti oameni buni să cureţe şi să-şi încheie munca pentru seara asta".

Acasă este mult mai penibil. În calitate de gazdă simţi că nu ai cum să apeşi pe butonul de ieşire pentru musafirii tăi, dar cu siguranţă poţi să iei iniţiativa de a-i da pe uşă afară în mod amabil şi plăcut.

Dacă ai un oaspete de onoare oficial, ceva în genul unei oficialităţi învingătoare în alegeri sau un demnitar străin, se presupune că această persoană cunoaşte protocolul şi va fi primul oaspete care să plece. Pentru cină, ora 20,00 la Washington şi în multe alte oraşe, ora 23,00, este o oră potrivită (în timpul săptămânii) pentru oaspetele de onoare oficial să plece, dând semnalul ca şi ceilalţi să-i urmeze exemplul la scurt timp după aceea.

Dacă nu ai un oaspete de onoare oficial, sau dacă ai unul care nu cunoaşte protocolul, tu fiind gazda, poţi să te ridici de pe scaun şi într-un mod foarte vesel, să spui: "Este foarte târziu. Sunt sigur(ă) că toată lumea doreşte să facă faţă zilei de mâine. Haideţi să ne odihnim cu toţii!"

Dacă tu, ca gazdă, îţi îndemni musafirii să plece prea repede, ar fi bine să-i fi avertizat dinainte că va fi o seară scurtă, pentru că ai foarte mult de lucru după

aceea. Dacă îi avertizezi din timp, şi dacă-i faci să plece cu multă voioşie, probabil că ei îţi vor fi foarte recunoscători pentru faptul că i-ai făcut să ajungă acasă la o oră decentă.

Toastarea

Toastul este o artă. Unii oameni se nasc dezinvolţi; ei se pricep să toasteze. Alţii sunt absolut dărâmaţi când ştiu că trebuie să ţină un toast. (Aceştia nu trebuie să-l ţină.)

Dacă eşti un om care te pricepi la toastări, trebuie s-o faci des, pentru că acesta flatează pe cel sau pe cei în cinstea căruia ridici paharul - gazda (gazdele) ta sau oaspetele (oaspeţii) de onoare.

Un toast reuşit este o parte esenţială a unei mese de afaceri cu adevărat de succes, mai ales când este prezent un oaspete deosebit, fie că acel oaspete este primarul, sau cineva cu care corporaţia ta vrea să facă afaceri. Iată nişte lucruri de care trebuie să ţii seama:

- Un toast trebuie să fie uşor şi scurt (3 minute maximum) un minut este adeseori mai bine.
- *Momentul în care-l rosteşti este totul.*

Oamenii trebuie să aibă vin sau şampanie în pahare. Chelnerii să nu tropăie zgomotos prin jur - cel care ţine toastul trebuie să aştepte până se face linişte în încăpere.

Cel mai bun moment este, de obicei, după ce a fost servit desertul, când paharele de vin au fost din nou umplute, sau când tocmai s-a turnat şampania.

Nu trebuie să se toasteze prea târziu, când oamenii au început să se ridice de la masă.

- Trebuie ţinut cont de protocol. Dacă gazda şi-a propus să rostească un toast, el sau ea nu vor întâmpina cu bucurie un executiv tânăr sărind pe neaşteptate în timpul felului doi şi toastând prematur fie pentru gazde, fie pentru oaspetele de onoare.

Gazda trebuie să aibă privilegiul primului toast.

- Dacă pare că nimeni nu are intenţia să toasteze, spre sfârşitul desertului, executivul, care să spună în câteva cuvinte gazdei sau a musafirului de onoare sau a amândurora, trebuie să-i şoptească gazdei: "V-ar supăra dacă aş propune un toast?" Majoritatea gazdelor vor spune "Nu. Chiar vă rog."
- Dacă eşti dornic să stai în picioare dar ai băut cam mult, abţine-te. Oamenii care sunt ameţiţi ţin nişte toasturi foarte deocheate şi siropoase.
- Niciodată să nu spui la un toast cuvinte deşucheate. O poveste, poate fi formidabilă atunci când e spusă în vestiar, dar poate fi ofensatoare în prezenţa unui grup mixt, la o cină.
- Niciodată să nu faci aluzii depreciatoare la adresa gazdei sau a musafirului de onoare. Un toast nu este niciodată un prilej pentru a pune în inferioritate pe cineva, chiar dacă o faci în mod foarte amuzant. Un toast trebuie să laude pe cineva, nu să-şi bată joc de el.
- Dacă eşti oaspetele de onoare, trebuie să răspunzi pe loc gazdei sau oricui altcuiva. Trebuie să le mulţumeşti gazdelor tale şi să spui ceva plăcut:

  "Mulţumesc George pentru călduroasele cuvinte de primire. Grace, ne-ai oferit un dineu cu totul şi cu totul deosebit în seara asta. Este plăcut să vii

acasă la Cincinnatti. Aproape uitasem că acesta este locul unde o mâncare cu adevărat bună, o conversaţie plăcută şi prieteni minunaţi pot fi întruniţi la o masă. Vă mulţumesc tuturor că sunteţi prezenţi la cina din seara asta pentru a mă întâmpina. George şi Grace, propun un toast pentru voi, pentru că aţi contribuit şi voi ca Cincinnatti să devină oraşul important care este astăzi!"

Dacă poţi să fii şi amuzant, cu atât mai bine.

- Când rosteşti un toast, trebuie să te ridici în picioare. În mod obişnuit ceilalţi oaspeţi nu stau jos când îşi ridică paharele. Dacă persoana în cinstea căreia s-a toastat este cineva ca, de exemplu, o persoană oficială de la o companie străină, un general, un judecător, un ambasador sau o persoană distinsă, foarte în vârstă, atunci toţi oaspeţii trebuie să se ridice pentru a toasta în cinstea lui.
- Un toast nu este prilej de ţinut un discurs politic sau orice alt gen de discurs serios. Unii oameni sunt aşa de dornici să capteze atenţia unui grup încât încep să vorbească despre orice, de la afacerile externe până la cel mai recent scandal din oraş. Un toast trebuie să fie uşor, plin de căldură şi scurt. Nu este momentul să filozofezi.
- Dacă iei prânzul sau cina ca oaspete al cuiva într-un restaurant, este frumos dacă ridici paharul ceremonios spre gazda ta, fără să te scoli în picioare:

"Jan, cred că îţi datorăm un toast pentru că ai organizat acest încântător prânz. Ne-ai făcut să ne simţim minunat, ne-ai oferit o masă delicioasă şi îţi suntem cu toţii recunoscători!"

- Dacă cineva ţine un toast şi nu mai ai nici un strop de vin în pahar, ridică paharul, ca un gest, şi prefă-te că bei. Dacă nu ai deloc pahar de vin, ridică-ţi paharul de apă.
- Când se toastează în gazdei sau a oaspetelui de onoare, ridică-ţi paharul şi uită-te în ochii persoanei respective şi mişcă-ţi capul într-un fel de plecăciune înainte de a sorbi din pahar. Dacă s-au rostit toasturi în cinstea a două persoane, ridică-ţi paharul şi uită-te la primul şi apoi la celălalt înainte de a lua o înghiţitură.
- Este frumos de asemenea să te întorci spre fiecare dintre partenerii de cină în parte şi să-ţi înclini capul, apoi să iei o înghiţitură, la sfârşitul primului toast al serii.

Contramandarea unei petreceri

Uneori o petrecere trebuie să fie amânată. Fie că gazda s-a îmbolnăvit, fie că vremea poate să pună în primejdie călătoria, fie că este o perioadă de doliu naţional, când ar fi de prost gust să te distrezi, sau oaspetele de onoare a fost chemat pe neprevăzute undeva, ori compania a suferit substanţiale pierderi financiare şi n-ar fi înţelept să se facă o cheltuială atât de mare etc.

O contramandare este inevitabil legată de toate contractele încheiate cu furnizorii din exterior în vederea organizării evenimentului, incluzând servirea mâncării şi băuturii şi partea de divertisment. (Legile care reglementează protecţia consumatorilor în ceea ce priveşte contramandarea, conţin prevederi care diferă de la oraş la oraş). De obicei hotelul, restaurantul sau furnizorul nu te penalizează dacă anunţi contramandarea cu câteva luni înaintea ţinerii petrecerii. Oricum, dacă furnizorul sau organizatorul banchetului a făcut rezervarea pentru o anumită seară, iar hotelul sau restaurantul nu mai au timp să programeze o altă petrecere, trebuie să

plăteşti un anumit procent din întreaga sumă contractată (şi uneori suma integrală). Citeşte cu atenţie orice contract încheiat cu un patron de hotel, furnizor sau proprietar de restaurant, înainte de a-l semna. Problema penalizării în caz de amânare este specificată acolo. O dată ce ai semnat contractul, trebuie să te pregăteşti să-l plăteşti.

Cât despre muzicanţi şi cei care susţin programul de divertisment la o petrecere pentru care i-ai angajat, legile locale unionale te ajută să stabileşti intervalul de timp în care oricare dintre părţi poate să facă amânarea fără să fie penalizat. Unele regulamente prevăd avertizarea cu numai 48 de ore înainte, altele cu 5 zile, altele chiar cu mai mult. O companie care îşi angajează artiştii pentru petrecerea corporaţiei printr-o agenţie de impresariat (cum ar fi Ray Bloch din New York) poate să obţină o clauză mai bună privind contramandarea decât dacă şi-ar angaja artiştii direct - asta în cazul în care nu există un coordonator versat care să organizeze petrecerea, din rândul personalului, care să ştie cum să negocieze contractele cu artiştii în mod avantajos.

Uneori, persoana care se ocupă cu organizarea petrecerii vrea să iasă din contract, pentru a accepta o reclamă profitabilă la televiziune sau o contribuţie la un film. Contractul cu organizatorul trebuie să conţină şi obligaţia din partea organizatorului şi clauza care să stipuleze anunţarea cu 120 de zile înainte a desfacerii contractului.

Una dintre cele mai frumoase întâmplări pe care le-am auzit a fost aceea în legătură cu o corporaţie care plănuise o cină costisitoare pentru aproximativ 100 de musafiri distinşi. În dimineaţa dineului, preşedintele consiliului de administraţie a murit datorită unui atac de inimă. Preşedintele, din respect pentru decedat, a contramandat dineul. Cum toată mâncarea fie că fusese deja preparată fie că era în curs de preparare, furnizorului i s-a ordonat s-o termine de pregătit. În acea seară mâncarea şi chelnerii îmbrăcaţi ceremonios au fost trimişi la un mare azil de bătrâni, unde cei prezenţi au participat, probabil, la cel mai mare ospăţ din viaţa lor. Ziarul local a publicat două articole de fond în dimineaţa următoare, unul elogiindu-l pe decedatul preşedinte al consiliului de administraţie şi celălalt lăudând compania pentru gestul emoţionant faţă de cei bătrâni într-un moment foarte dificil.

Alcoolul: trebuie să se servească sau nu?

Oamenii care sunt invitaţi la o masă de afaceri în afara biroului, de obicei, se aşteaptă să li se ofere ceva de băut - un cocteil înainte şi poate vin în timpul mesei.

Pentru acei numeroşi executivi care sunt împotriva alcoolului, din motive religioase, probabil că cel mai potrivit este să se organizeze o întâlnire pentru micul-dejun, prânz sau în orele de ceai, pentru că la acele ore nu e nevoie să se servească alcool.

Orice gazdă are dreptul să declare că nu vor fi servite băuturi tari sau vinuri, dar chiar dacă el nu bea, este amabil din partea lui să ofere un pahar de vin sau de vin de Xeres înainte de masă sau un vin la masă.

Ia seama ca atunci când inviţi arabi şi alţi musulmani la tine acasă chiar dacă s-ar putea ca ei să nu bea în ţara lor, în această ţară uneori beau. Întreabă-i: "Ce aţi dori să beţi?" şi aşteaptă răspunsul. Nu presupune că nu servesc decât sifon. (Îmi voi aminti întotdeauna de atrăgătorul arab care mi-a făcut confidenţa că singurul "soda" (sifon dar uneori şi îngheţată) care i-a plăcut vreodată a fost "chocolate ice cream

soda, (înghețată de ciocolată) cu aromă de rom".

Din fericire în ciuda creşterii alcoolismului în această ţară, în special în rândul femeilor şi tinerilor, suntem din ce în ce mai înţelegători faţă de această boală, ca şi legile privind controlul consumului de alcool.

Când organizează o distracţie, corporaţia gazdă vrea să le asigure oaspeţilor săi divertisment, dar nu vrea să le pună în primejdie bunăstarea lor fizică. O corporaţie nu trebuie să urmărească niciodată ca oaspeţii petrecerii date să se ameţească; acesta nu a fost niciodată dovada succesului unei petreceri, ci al nereuşitei ei.

În privinţa băutului, este înţelept să ţii seama de următoarele:

- *Este de datoria companiei să reducă la minimum timpul destinat băutului.* Un cocteil nu trebuie să dureze mai mult de o oră şi jumătate. Aranjează întotdeauna ca barul să fie închis cu 30 de minute după ora la care este programată încheierea petrecerii.
- *Dacă este evident că un oaspete a exagerat în privinţa alcoolului şi conduce o maşină,* este de datoria gazdei ca acea persoană să ajungă acasă cu alte mijloace de transport.
- *Dacă un bărbat sau o femeie devine obiectul avansurilor sexuale, nedorite, ale unui executiv ameţit,* acesta trebuie îndepărtat cu bunăvoinţă; dacă cel care a jignit nu mai poate fi controlat, trebuie să se ceară ajutor din partea cuiva de la petrecere.
- *Dacă un musafir are un comportament incontrolabil la o petrecere a companiei, neţinând seama de poziţia lui sus-pusă, el trebuie îndepărtat de la întrunire.* Cineva trebuie să fie însărcinat să-l însoţească până acasă. La o petrecere o persoană zgomotoasă, agresivă, strică buna dispoziţie a tuturor celor care sunt de faţă.
- *Nu invita un musafir care are probleme cu băutura decât la o petrecere la care nu se servesc băuturi alcoolice.* Este o ocazie în care trebuie să ai imaginaţie. Un client important care are probleme din cauza băuturii trebuie să fie întreţinut cu distracţii ca jocuri de baseball de după-amiaza sau finale de tenis, unde fiecare bea numai băuturi nealcoolice. Invită-l la o cafea dimineaţa, după ce aţi vizitat o expoziţie sau o nouă instalaţie. Du-l la vizionarea unui film după-amiaza, unde se servesc floricele şi sifon. Invită-l la ceai la ora 16,00, după-amiaza.

Cum poate fi distrat un alcoolic în perioada de dezalcoolizare

Trebuie să se facă o selecţie a felurilor de mâncare din meniu, când printre invitaţi se află şi un alcoolic supus unui tratament de recuperare. Vinurile şi băuturile tari folosite la pregătirea mâncărurilor supuse fierberii sau coacerii sunt inofensive; dar vinurile şi băuturile tari turnate la întâmplare peste alimentele care nu-s supuse procesului gătirii pot să deranjeze serios reabilitarea unui alcoolic care se află în perioada de dezalcoolizare.

Asemenea exemple vătămătoare sunt turnarea kirschului peste zmeura proaspătă sau stropirea cu coniac a unui desert "Creme Brûlée". Modul corect în care trebuie servit un sos cu alcool este să pui alcoolul într-un vas separat şi să ştie cu toţii că acolo este alcool. Nu turna vodcă peste şerbet de fructe, de exemplu. Serveşte vodcă separat, într-o carafă şi avertizează-ţi oaspeţii despre ce este acolo. Alcoolicul care se află în perioada de recuperare nu se va atinge de ea. Dacă este turnată peste desertul lui, el poate să-l mănânce (ceea ce ar putea duce la un îngrozitor regres în lupta sa împotriva alcoolismului).

Când un asociat se reîntoarce după săptămâni lungi şi dificile petrecute într-un institut de dezalcoolizare, el sau ea nu doreşte să fie tratat diferit de ceilalţi, nici să se simtă în centrul atenţiei. Totuşi, când un alcoolic care este în perioada de recuperare vrea să vorbească despre problema lui cu cineva în mod particular, este cazul să fie ascultat cu toată atenţia. (O petrecere nu este locul potrivit pentru o astfel de discuţie).

De multe ori o gazdă care primeşte la o petrecere organizată la ea acasă un alcoolic, în perioada de recuperare, i se adresează fără să-şi dea seama spunând: "Nu ai voie să bei acum, nu-i aşa? Ce gen de sifon doreşti?"

În timp ce conversaţia ar trebui să decurgă astfel: "Ce ai dori să bei?" Când i se aduce sifonul sau sucul de fructe sau orice altceva (uneori cafea) oaspetelui său, trebuie servit într-unul din cele mai frumoase pahare.

Dacă un alcoolic spune la petrecerea ta: "Aş dori un gin cu apă minerală", dă-i băuturile fără nici un comentariu. Oricum este o problemă personală a alcoolicului să spună ce vrea el (sau ea).

Locul unde va fi aşezat un musafir alcoolic în perioada de recuperare trebuie să fie la fel ca al oricui altcuiva de la masă, inclusiv paharul pentru vin. Nu-i întoarce paharul de vin cu gura în jos (şi nici un alt musafir, să nu-şi întoarcă paharul cu gura în jos, când vine el la masă). Când se toarnă vinul, semnalul universal care să indice că nu vrei să ţi se servească deloc este de a-ţi pune vârfurile degetelor pe marginea paharului - un gest care semnifică: "Nu, mulţumesc" sau "Nu mai vreau, mulţumesc". Un alcoolic în perioada sa de dezalcoolizare poate, de asemenea, să lase să i se umple paharul cu vin dar să nu se atingă după aceea de el în tot timpul mesei (o adevărată dovadă a puterii sale de stăpânire).

Când vine momentul pentru toasturi la o petrecere, alcoolicul ce se află în perioada de recuperare îşi va lua paharul de apă şi va toasta o dată cu ceilalţi sau, dacă este superstiţios în privinţa toastării cu apă, cum sunt unii oameni, îşi poate ridica mâna într-un gest care simulează că ar ţine un pahar - un fel de salut.

Unul dintre cele mai frumoase toasturi pe care le-am auzit vreodată, rostit de un alcoolic în perioada de dezalcolizare la un dineu, a fost acela în cinstea unui preşedinte al consiliului de administraţie care ieşea la pensie. Alcoolicul a ţinut un discurs sclipitor, de 4 minute, care i-a ridicat pe toţi de pe scaun, râzând şi plângând în acelaşi timp şi nimeni nu a sesizat că el ţinea în mână doar un pahar cu apă - aceasta nu mai avea importanţă.

Atitudinea gazdei şi invitaţilor faţă de fumat la o petrecere

Există oameni care nu permit să se fumeze la ei acasă. Este dreptul lor. Desigur că sunt liberi să stabilească o astfel de interdicţie, doar musafirii lor care fumează s-ar putea s-o considere total antisocială. Este lipsit de amabilitate să-l pui pe un înveterat fumător să sufere o seară întreagă pentru că nu are voie să fumeze. Dacă ţi-ar fi cunoscut părerea probabil că ar fi preferat să nu mai vină deloc. De aceea, preveniţi-vă oaspeţii atunci când îi invitaţi: "Apropo, cred că ar fi mai bine să vă spun. Noi nu fumăm în casă. Sper că nu vă supăraţi." Dacă persoana este un adevărat dependent de nicotină, ar prefera să facă orice altceva decât să-şi petreacă o seară în casa ta fără să fumeze. Aşa că dă-i posibilitatea de a opta şi a putea să-ţi refuze invitaţia.

Există însă şi persoane care, deşi nu fumează, le permit musafirilor să fumeze. O gazdă nu este obligată să aibă ţigări prin toată casa pe care să le ofere invitaţilor. De asemenea, nu trebuie să pună scrumiere pe masa din sufragerie, deşi trebuie să aibă, fumătorii să le poată folosi după desert când toată lumea stă la masă. Unele

gazde le cer musafirilor lor fumători să aştepte până după cină când îi trimit într-o cameră separată sau afară la aer, dacă vremea este frumoasă.

Cum trebuie să se comporte un oaspete fumător

Dacă nu există nici o scrumieră la vedere în casa gazdei tale, trebuie să ceri permisiunea să fumezi înainte de a aprinde o ţigară. Probabil că ţi se va da o scrumieră, sau dacă gazda ta este un nefumător înrăit, ţi se va cere să ieşi afară ca să fumezi ("Afară" poate însemna o grădină, o pajişte, coridorul unui apartament, sau scara de serviciu a unui apartament din New York!) Nu face să miroasă neplăcut în baia gazdei tale, încuindu-te acolo cu o ţigară. Va mirosi a fum zile întregi, ceea ce va fi extrem de neplăcut pentru ceilalţi oameni. Chiar dacă gazda ta n-are idei preconcepute în privinţa fumatului, *nu-ţi aprinde ţigara la masă înainte ca toată lumea să fi terminat sau să fie aproape de terminarea desertului de mâncat.*

Oriunde ai fuma la o petrecere, fii atent la scrumul care mai arde încă şi la fum. Nu sufla fumul în ochii oamenilor. Dacă stai într-o cameră cu aer condiţionat, ai grijă încotro se îndreaptă fumul de la ţigara ta; s-ar putea să fie nevoie să-ţi schimbi poziţia pe scaun pentru a nu incomoda pe cineva care se află în direcţia în care se îndreaptă fumul.

Am văzut persoane întorcându-se în mod politicos, scuzându-se faţă de persoana de lângă el zicând: "V-ar deranja foarte mult dacă aş fuma?" Acest act de curtoazie este foarte important pentru un fumător, atunci când se află la o cină într-un loc public, cum ar fi un hotel sau un restaurant.

Dacă o masă de restaurant nu se află într-un perimetru de nefumători, unde scrie "Fumatul interzis", oamenii care stau la acea masă consideră că au dreptul constituţional să fumeze la sfârşitul mesei dacă doresc. Aşa cum este de la sine înţeles pentru unii care se află în societate, să sufle fumul în faţa celorlalţi, acestea sunt tot atât de nepermise ca şi atitudinea unui nefumător care aflându-se într-o societate îi face o scenă cuiva pentru că fumează. Nefumătorul care-şi pierde cumpătul poate compromite prânzul sau cina unei gazde, foarte repede - şi să strice buna dispoziţie a invitaţilor.

Manierele când se fumează trabucuri

Principala regulă a etichetei privind folosirea trabucurilor este că *"un musafir nu trebuie nici măcar să încerce să fumeze un trabuc în casa cuiva sau la un restaurant dacă gazda lui nu-i oferă unul sau nu îl îndeamnă să-şi fumeze propriul trabuc".*

Nimeni nu trebuie să fumeze un trabuc în timp ce oamenii mănâncă, pentru că mirosul puternic al fumului le provoacă multora greaţă când este amestecat cu mirosul mâncărurilor.

La restaurant:

- Un trabuc nu trebuie aprins până când nu au terminat de mâncat toţi cei de la masă.
- Un trabuc nu trebuie aprins până când toată lumea de la mesele din apropiere nu a terminat de mâncat (şi până când nu îşi servesc toţi cafeaua sau băutura).
- Un trabuc nu trebuie aprins dacă nu a dat semnalul gazda sau dacă cel puţin nu a fost cerută permisiunea vecinilor de masă (şi nu a fost acceptată de către aceştia).

- O gazdă nu trebuie să-şi aprindă propriul trabuc fără să ofere câte unul invitaţilor săi bărbaţi.

Acasă:

- Un oaspete într-o casă de nefumători, nu trebuie nici măcar să încerce să fumeze un trabuc, ar putea fi considerat ca un gest insultător.
- Dacă o gazdă oferă trabucuri unui oaspete, ea trebuie să o facă la sfârşitul mesei şi să sugereze ca fumătorii de trabucuri să se retragă (cât timp fumează) într-o altă zonă - o altă cameră sau în aer liber ca de exemplu un patio (curte interioară). Oricine doreşte să-i însoţească - pe ei şi fumul lor - este desigur liber s-o facă. După ce-şi vor termina trabucul, ei se pot întoarce alăturându-se grupului.
- Când sunt oferite trabucuri într-un restaurant sau într-o casă particulară, o femeie al cărei soţ sau prieten este fumător de trabuc poate desigur să ia un trabuc pentru el. Ea poate spune că nu se dă în vânt după trabucuri, dar că va lua unul pentru soţul ei.

O gazdă atentă ţine geamurile deschise cât se fumează trabucuri, şi fumătorii de trabucuri atenţi suflă fumul în altă direcţie nu în faţa cuiva.

Câteva cuvinte despre mucurile de trabucuri: Un fumător de trabucuri trebuie să aibă grijă personal de mucul trabucului său şi să nu-l lase în scrumieră. Un muc de trabuc este probabil cea mai neplăcută poluare vizuală!

Folosirea drogurilor la o petrecere

Drogurile ilegale sunt dăunătoare. Folosirea lor este considerată o ofensă federală. În calitate de gazdă, ai dreptul şi datoria să opreşti folosirea de droguri; ca oaspete, ai dreptul să părăseşti petrecerea. *Nu există nici o etichetă pentru folosirea drogurilor.*

Dacă eşti oaspete, invoci doar o scuză, fie că dintr-o dată nu te simţi bine, fie că ai o treabă importantă care nu suportă amânare până mâine dimineaţă, şi pleci. Nu ţine o cuvântare. Petrecerea va degenera din acel moment; nu eşti obligat să asişti la aşa ceva şi să te enervezi datorită comportării unor oameni care nu mai sunt răspunzători de ceea ce fac.

În calitate de gazdă, când unul dintre oaspeţi începe să folosească sau să distribuie droguri, este de datoria ta să-i atragi atenţia acelei persoane că ori încetează imediat ori părăseşte petrecerea. Abţine-te şi de această dată să ţii o conferinţă pe tema abuzului de droguri. Spune doar că nu vrei să se fumeze marijuana la petrecerea ta sau "Noi nu folosim cocaină în această casă. Dacă tu simţi nevoia s-o foloseşti, te rog, pleacă."

Este important să te numeri printre cei care se opun tragicei tendinţe care pune stăpânire pe oameni la petreceri când sistemul lor de apărare este la pământ. Dependenţa de droguri începe în general la o invitaţie la cafea. Este o ironie a soartei să asişti la folosirea în public a substanţelor interzise care pot mutila pot provoca tulburări ale creierului, şi omorî fiinţe apropiate oamenilor de afaceri şi angajaţilor tăi.

Cu timpul s-a observat că potenţialii consumatori de droguri devin numai învinşii: oamenii cu adevărat atrăgători şi foarte inteligenţi - conducătorii - nu le folosesc. Altfel, nu ar mai fi făcute niciodată lucruri inteligente.

9

Invitaţiile şi răspunsurile lor

O invitaţie de afaceri nu trebuie numai să-l facă pe destinatar să aştepte cu nerăbdare participarea la eveniment, dar trebuie să pună şi prestigiul expeditorului într-o lumină foarte bună. În ceea ce priveşte bunul gust al designului unei invitaţii de afaceri, el este relativ, bineînţeles, pentru că ceea ce este potrivit pentru un producător de cosmetice poate să nu fie pentru o bancă şi viceversa.

Aspectul de ansamblu al invitaţiei este evident important. Mărimea, culoarea, grafica folosită - chiar şi conţinutul - toate trebuie să conlucreze la obţinerea efectului dorit. Cel mai important lucru este ca o invitaţie să comunice perfect natura manifestării. Trebuie, de asemenea, să fie expediată prin poştă cu suficient timp înainte, preferabil cu 4 săptămâni. De mare ajutor poate fi o carte poştală trimisă cu 2 săptămâni înainte, care să reamintească de invitaţie.

Respectarea protocolului invitaţiei constituie o responsabilitate atât pentru gazdă, cât şi pentru invitat. Modul în care executivul răspunde la o invitaţie este la fel de important, şi spune tot atât de multe lucruri despre el, ca şi calitatea invitaţiei trimise de el sau de compania lui.

Este trist că astăzi atâtea invitaţii trimise prin poştă ajung murdare, neîngrijite, prost întocmite. Directorii din ziua de astăzi se pare că nu-şi dau seama de erorile şi de lipsa unei bune comunicări din invitaţiile lor costisitoare. Este un lucru foarte important ca persoana însărcinată să se ocupe de aceasta să cunoască modul corect de a formula o invitaţie din partea companiei sale şi să poată judeca dacă o invitaţie trimisă de companie este sau nu corectă.

Cărţi poştale pentru "Reţinerea datei"

Este firesc, dacă găzduieşti un eveniment de proporţii la care vor participa colegi şi clienţi din afara oraşului, să le comunici din timp data la care va avea loc. Aceasta le dă posibilitatea să programeze acţiunea companiei tale în agenda lor şi să nu accepte o altă invitaţie la aceeaşi dată.

O carte poştală cu "Reţineţi data" trimisă întregii liste de oaspeţi este în general tipărită pe o carte de vizită cu plic care să se asorteze. Mai neoficial şi mai puţin costisitor este aceea pe care mesajul este tipărit pe o faţă a cărţii poştale.

Ideal este ca designul invitaţiei să cuprindă şi anunţul de "Reţineţi data", într-un format şi într-o culoare identice cu cele ale invitaţiei care va urma.

Iată textul a două cărţi de vizită cu "Reţineţi data":

Un dineu în onoarea
Guvernatorului Statului Ohio
Va fi dat de
Preşedintele şi Consiliul de Conducere
al Colegiului Kenyon
din Cambier
Vineri, 7 octombrie
Detaliile vor urma!

Vă rog reţineţi data de
sâmbătă, 15 iulie,
când va avea loc un dineu în onoarea lui
Justin Squires
din Pittsburg
(invitaţiile vă vor fi expediate mai târziu)
/s/ Anthony McGee
CHEMCORO INC.

Invitaţia şi părţile ei

În mostra pe care o redăm aici puteţi vedea cele 10 elemente care alcătuiesc o invitaţie eficientă şi corect formulată.

Schuman Inc. — 1. Simbolul companiei (poate fi plasat la început sau la sfârşit)

2. Numele gazdelor — *Dl şi Dna Joshua Stern*

au plăcerea să vă invite să participaţi — 3. Fraza de invitaţie

4. Genul de eveniment — *la un Bufet-Cocteil*

pentru a întâlni pe — 5. Scopul evenimentului

Dl şi Dna Hans A. Treumann

Marţi, 26 ianuarie — 6. Data

7. Ora — *de la 18 la 20*

The Mansion Inn — 8. Locul

Route 46 A

Memphis

RSVP

William Ernst

3664 Green St.

Memphis, TN 00000

(000) 000-0000

10. Unde se poate răspunde

Parcare specială

Northeast Field

9. Instrucţiuni speciale

Numele, simbolul sau antetul companiei

• Când numele companiei face parte din antetul de pe invitaţie sau dacă este inclus în adresa RSVP, de pe invitaţie, nu trebuie să fie repetat în context. De exemplu, dacă "Managers Inc." face parte din antet, numele gazdei de pe invitaţie trebuie să fie: "Alicia Freer, Preşedinte" şi nu "Alicia Freer, Preşedinte, Managers Inc."

• Adresa companiei, codul ZIP* şi numărul de telefon trebuie să fie incluse undeva în invitaţie sau în cartea poştală de confirmare.

Numele gazdelor şi cum să le incluzi în listă

În ultima vreme multe invitaţii care trec pe la birourile noastre nu poartă decât numele companiei gazdă. Este un procedeu rece şi impersonal. Cineva se poate întreba: "Nu există oare nimeni din cadrul acelei companii care să găzduiască evenimentul?". Cu alte cuvinte, o companie nu poate găzdui un eveniment, ci o persoană sau oamenii din cadrul organizaţiei fac acest lucru.

• Specifică în invitaţie titlul gazdei şi numele companiei:

SMITHEL
Henry Greco, Preşedinte
Vă invită cordial etc.

• Când este cazul, poate să fie specificat ca gazdă un grup:

Consiliul directorilor de la
SMITHEL CORPORATION
are plăcerea să vă invite etc.

• Când sunt două gazde, titlurile gazdelor şi numele companiilor pot fi plasate orizontal sau vertical în funcţie de rangul acestora:

SMITHEL
Henry Greco, Preşedinte James William, Director
vă invită cu plăcere
etc.

SMITHEL
Henry Greco, Preşedinte
James Williams, Director
vă invită cu cordialitate
etc.

• Numele a trei gazde pot apărea scrise vertical sau într-o formă triunghiulară după cum se arată aici. (Când una din gazde are un titlu, cum ar fi cazul unui doctor, trebuie să fie menţionate titlurile tuturor):

---

* ZIP (Zone Improvement Plan) - un număr de cinci cifre care indică sectorul NS unde trebuie repartizat un efect poştal.

Dl Robert A. Lee
Preşedinte, Specialist în Alimentaţie

Dna Suzanne D. Ford
Preşedinte, asociat în alimentaţie

Dr. Hanning Rosenhaupt
Preşedinte, Departamentul nutriţiei
Universitatea Ellingford
vă invită cordial la un seminar etc.

Notă: În acest exemplu gazdele celor două companii care plătesc pentru petrecere sunt trecute la începutul listei; sectorul nonprofit reprezentat de Dr. Rosenhaupt este trecut pe listă ca gazdă pentru relaţiile cu publicul, datorită autorităţii numelui său.

Când există un număr de gazde mai mult sau mai puţin de acelaşi rang, ele sunt înscrise în listă în ordine alfabetică. (Numele gazdelor apar în continuarea celui al oaspetelui de onoare).

Partenerii de viaţă ca gazde la un eveniment de afaceri

- Când un executiv şi partenerul lui de viaţă găzduiesc o recepţie este important să fie inclus titlul executivului în cadrul companiei după cum urmează:

Dl John Allison, preşedinte ACORN INC.
şi Dna Allison

Dl Bennett Barton, preşedinte SURETY INC.
şi Dna Barton

Dna Jacqueline Dearman, vicepreşedinte ERCO
şi Dl George Dearman
vă invită să participaţi etc.

- Când un cuplu găzduieşte o petrecere pentru soţia unui asociat de afaceri şi aceasta lucrează sub propriul ei nume, este înţelept ca pe invitaţie să apară mai întâi numele ei, astfel încât invitaţii, asociaţi ai afacerii ei, să înţeleagă că ea dă, de fapt, petrecerea. De exemplu:

Anne Smith
şi John Brown
au plăcerea de a invita compania dvs
la cocteilul
în onoarea lui Timothy Brevard
şi a publicării noii lui cărţi
Desigurile Annei Smith
Joi, 21 iunie
etc.

(Emblema)

Alianţa pentru

comerţul Italo-American

In onoarea lui M.E. Dott Giuseppe Maroni

Ministrul Comerţului Exterior

al Italiei

Giovani Amarillo, Compania Buitoni

Teodoro Bosco, Grupul Tante

Maria Cadaro, Bijuteriile Cadoro

Tomasso Dantini, Dantino Tessuli Imporles

Pietro Pasquale, Tial/New York

Au plăcerea să vă invite

la cocteil

Marţi, 23 martie

6-8 p.m.

Sala Curcubeului

Centrul Rockefeller

New York City

RSVP

Mrs. Corboni

Societatea Azzurra

234 Park Avenue

New York, NY 00000

(212) 000-0000

• Dacă soţia executivului gazdă are o poziţie oficială importantă şi va juca un rol activ de co-gazdă alături de gazda principală, protocolul cere ca numele ei să fie scris pe invitaţie înaintea numelui soţului. De exemplu:

Onorabila dnă Louise C. Mills şi dl John Mills etc.

Totuşi, dacă John Mills dă o petrecere care priveşte afacerile lui şi la care va participa şi soţia sa, dar nu în interes de serviciu, invitaţia trebuie să arate astfel:

Dl John Mills şi dna Louis Mills etc.

• Dacă într-un cuplu amândoi soţii sunt doctori şi găzduiesc o petrecere pentru un grup de medici, se poate scrie fie: "Medicii Reed" sau "Dr. Harold C. Reed şi Dr. Anne G. Reed".

Formula folosită când inviţi

Invitaţia poate fi formulată în mai multe moduri. Cele mai obişnuite formule sunt redate în lista de mai jos. (Eu le prefer pe primele două).

- "apelăm la amabilitatea companiei dvs de a participa la";
- "cu cordialitate vă invit(ă) la";
- "sperăm în prezenţa dvs la";
- "vă invită la";
- "vă rugăm să ne onoraţi cu prezenţa dvs" (folosită numai pentru ocazii foarte oficiale, cum ar fi găzduirea unui primar, guvernator sau demnitar străin).

Tipul de eveniment

Tipul de recepţie impune formula folosită pentru invitaţie. De exemplu:

- "la cină" (folosită cu "apelăm la amabilitatea companiei dvs de a participa");
- "la cină" (mai puţin oficial folosită cu "vă invită la...");
- "la prânz"(folosită cu "apelăm la amabilitatea companiei dvs de a participa");
- "la prânz" (mai puţin oficial);
- "la o recepţie";
- "la un mic dejun";
- "la un dineu urmat de dans";
- "la un ceai şi o declaraţie pentru presă";

Oaspetele de onoare şi scopul petrecerii

Scopul evenimentului şi numele oaspetelui de onoare trebuie să urmeze după fraza care indică tipul de eveniment. De exemplu:

- "în onoarea" (sau mai oficial "în cinstea");
- "spre a întâlni pe x şi y";
- "pentru a marca a 15-a aniversare a";
- "pentru a sărbători deschiderea";
- "cu ocazia";
- "pentru a inaugura";
- "pentru prânzul";
- "pentru a face cunoscută noua linie";
- "pentru sărbătorirea";

Numele oaspetelui de onoare poate fi comunicat într-unul din următoarele moduri:

• Prin scrierea numelui subliniat, în colţul de sus, din stânga, al invitaţiei.

• Scriindu-l în mijlocul textului invitaţiei:

la dineu
în onoarea dnei Anne Sert, Dr. în filozofie
Câştigătoarea Premiului Nobel pentru ştiinţă

• Prin scrierea numelui oaspetelui de onoare şi câteva informaţii despre activitatea lui sau a ei pe pagină separată de invitaţie

Data

Data evenimentului poate apărea în rândul următor al invitaţiei:

• "Miercuri, pe 10 iunie" (oficial)

• "Miercuri, 10 iunie" (mai puţin oficial)

• "Miercuri, iunie 10" (cel mai puţin oficial).

Nu abrevia niciodată ziua săptămânii (de exemplu "Mierc."), oricât de neoficială ar fi invitaţia.

Anul este omis de obicei, dacă nu este foarte important, cum ar fi într-o invitaţie a unei aniversări deosebite. De exemplu:

la prânz
pentru a marca a 100-a aniversare a companiei Owens Mills
fondată la 1 septembrie, 1887

Luni, 1 septembrie, 1987
la orele 13

Ora

Ora urmează în rândul de sub dată:

• "la şapte jumătate" *(oficial);*

• "la orele 19,30 *(mai puţin oficial);*

• "la 19,30 *(cel mai puţin oficial).*

În cazul unui cocteil sau al unei recepţii, specifică intervalul de timp în care pot sosi oaspeţii:

pentru cocteil
între orele 17,30 şi 19,30

Dacă cineva ţine un discurs sau face o prezentare, trebuie să fie specificat exact momentul în partea de jos a invitaţiei, pentru a permite oaspeţilor să fie prezenţi:

la cocteiluri
De la orele 18 la orele 20
Hotelul Charles
Piaţa Harvard
Cambrige, Massachusetts
18,30 cuvântare ţinută de domnia
sa primarul
18,45 Colinde cântate de
Corul Clubului Junior

Adresa

Adresa la care va avea loc reuniunea trebuie să apară pe rândul de sub cel în care se specifică ora. Dacă locul respectiv este un hotel renumit dintr-un orăşel, nu este absolut necesar să fie inclusă şi adresa, ci numai oraşul. Într-un oraş mare trebuie să apară strada pe care se află hotelul, oraşul şi numele sălii în care se va ţine banchetul.

Instrucţiuni speciale

Instrucţiunile speciale în vederea informării sau pentru a ajuta oaspeţii trebuie plasate jos, în partea dreaptă şi/sau în partea stângă a invitaţiei sau pot fi tipărite pe o pagină separată, inserată în plicul invitaţiei. De exemplu:

- Pentru a nu permite intrarea fără bilet, a-i descuraja pe oaspeţi să-şi aducă propriii invitaţi, fără a fi cerut permisiunea în prealabil şi pentru a-i împiedica să trimită un înlocuitor nedorit:
  - "Vă rugăm prezentaţi invitaţia la intrare"
  - "Invitaţia nu este transmisibilă"
  - "Numai persoanele ale căror nume sunt trecute pe lista de control vor fi admise"
  - "Din cauza spaţiului limitat nu vom putea să oferim locuri invitaţilor oaspeţilor noştri".
  - "Această invitaţie este valabilă doar pentru o persoană"
  - "Această invitaţie este valabilă pentru două persoane"
  - "Această invitaţie este doar pentru uzul personal"
- Pentru a comunica aranjamentele speciale care s-au făcut pentru parcare:
  - "Parcarea pentru oaspeţi a fost stabilită în garajul xyz"
  - "Parcare cu valet (un număr de oameni angajaţi special pentru a deschide uşile la maşini şi a le parca după aceea în garaj)"
- Pentru a-i ajuta pe oaspeţi cu transportul spre/de la recepţie:
  - "Anexăm o hartă"
  - "Mersul avioanelor, trenurilor şi autobuzelor"
  - "Autobuze închiriate special vor pleca de la hotelul Plaza din zece în zece minute între orele 16,30 şi 17,30"
  - "Pot fi angajate limuzine la toate aeroporturile comerciale"
  - "Pentru călătoria de întoarcere vor exista taxiuri"
- Pentru comunicarea timpului probabil:
  - "Data la care va ploua: 26 iunie"
  - "În caz de vreme nefavorabilă sunaţi la 000-000-000, Int. 000"
  - "În caz de ploaie picnicul va fi ţinut în aulă"
- Pentru a comunica protocolul privind vestimentaţie (vezi cap. 4 "Cum te îmbraci pentru serviciu"):
  - "Smoching" (dacă oaspeţii urmează să vină în ţinută de seară)
  - "Ţinută de afaceri" (bărbaţii în costum şi cu cravată, femeile în rochii elegante); de obicei această indicaţie nu mai este necesar să fie inclusă
  - "Ţinută de plajă" (în cazul în care petrecerea companiei se ţine în vecinătatea unei piscine sau pe plajă)
  - "Ţinută de tenis şi golf" (pentru a semnala că oaspeţii trebuie să-şi aducă îmbrăcămintea potrivită pentru asemenea activităţi)

"La costum" pentru bărbaţii invitaţi în sala de mese a clubului
"Îmbrăcăminte călduroasă" (o avertizare că petrecerea se va ţine afară şi poate să fie răcoare)
"Pantofi pentru iahting" (dacă petrecerea va fi ţinută pe o ambarcaţie).

Designul unei invitaţii

Designul unei invitaţii nu trebuie să fie încredinţat unui amator. Trebuie făcut de un profesionist, poate cineva din personalul departamentului artistic, calificat pentru a realiza un design; proiectul poate fi încredinţat, de asemenea, companiei de publicitate proprii sau unui designer independent sau tipografia companiei poate avea un designer (dar atenţie - tipografiile nu au întotdeauna un bun colectiv de designeri).

Hotărîrile conducerii

Înainte de a comanda grafica şi de a produce invitaţiile, conducerea trebuie să ia anumite deccizii, incluzând următoarele:

- Care este data, ora, locul şi natura manifestării?
- Câţi bani din buget vor fi alocaţi pentru invitaţii cu ocazia acestei manifestări?
- Care sunt obiectivele companiei legate de această manifestare, astfel încât invitaţia să le reflecte clar?
- Cum trebuie să sune textul?
- Cine trebuie să figureze pe lista de invitaţi?
- Cât de multe invitaţii trebuie comandate?
- Data la care este nevoie de ele pentru a putea fi completate cu adresele destinatarilor şi trimise la timp.

Rolul persoanei din companie care se ocupă de această întrunire

Planificatorul întrunirii, consultantul pentru petreceri sau oricine altcineva care se ocupă de organizarea evenimentului consemnează răspunsurile la întrebările puse conducerii şi apoi, împreună cu designerul invitaţiei şi cu tipograful, pune în practică deciziile respective (vezi, de asemenea, cap. 8).

Rolul designerului

În concordanţă cu dorinţele conducerii, designerul îşi asumă responsabilitatea următoarelor lucruri:

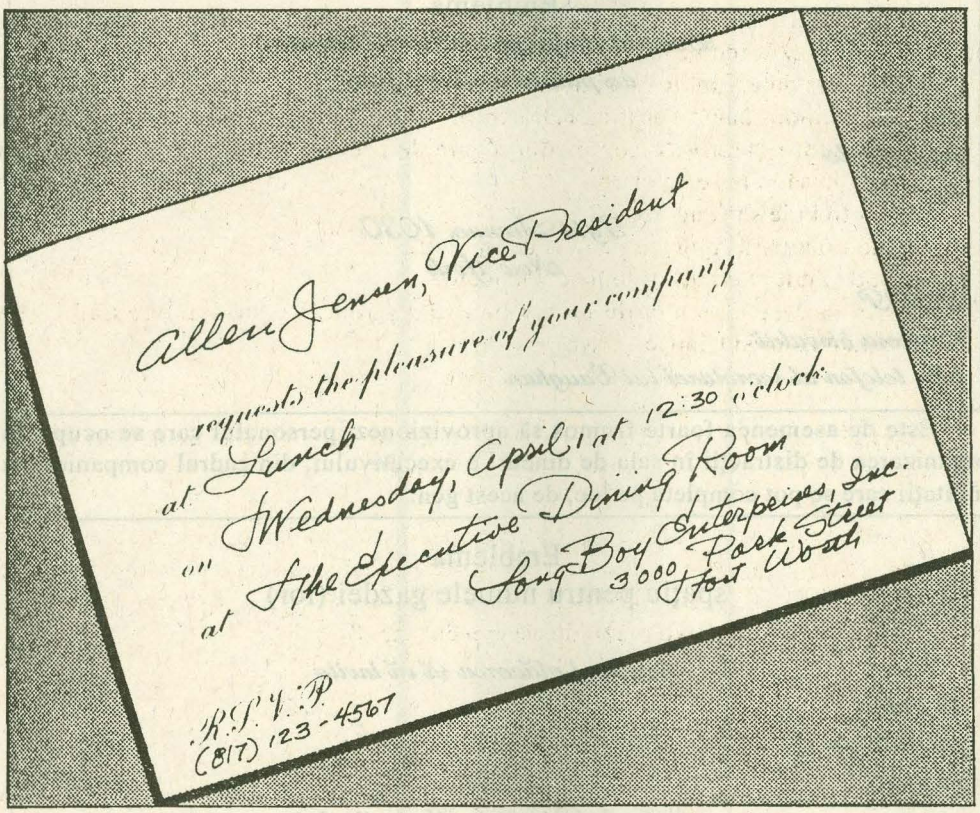
- Designul de ansamblu.
- Selectarea culorilor pentru hârtie şi tipărire.
- Selectarea grosimii şi tipului de hârtie.
- Alegerea caracterului literelor.
- Alegerea mărimii invitaţiilor.
- Fixarea termenului limită de tipărire şi expediere.

Invitaţii diferite, evenimente diferite

În fiecare zi sute de mii de invitaţii la seminarii, concerte, jocuri de baseball, petreceri în grădini zoologice sau botanice, licitaţii la care participă celebrităţi, spectacole de operă, concursuri de jogging, dineuri oficiale, petreceri cu dans, avanpremiere la filme, degustări de vinuri şi vizitarea unor clădiri în construcţie, expediate de diferite companii, trec prin poşta Statelor Unite.

Invitaţiile trimise de compania ta trebuie să fie potrivite cu stilul ei. O firmă care face afaceri cu marfă recondiţionată poate foarte bine să trimită o invitaţie ieftină, "cretată", dar o companie căreia îi pasă ce gândesc oamenii despre ea, va selecta designul invitaţiei cu mare grijă şi se va îngriji de aspect.

Completarea invitaţiilor gravate



COMPLETAREA INVITAŢIEI

Când companiile folosesc distracţiile oficiale, cu oarecare continuitate, este înţelept (şi logic din punct de vedere economic) să păstreze, la îndemâna direcţiei, invitaţii care să conţină spaţii libere pentru a fi completate de mână cu cerneală neagră. Este foarte costisitor să faci de fiecare dată invitaţii gravate cu ocazia fiecărei

astfel de acţiuni organizate de companie; folosind invitaţiile care pot fi completate pe loc, este întotdeauna comod, evitând durerile de cap şi cheltuielile suplimentare pe care le presupune comandarea, de fiecare dată, de noi invitaţii.

Invitaţiile care au spaţii goale ce pot fi completate pe loc pot fi sau nu gravate cu emblema companiei, sus, în centrul invitaţiei; dar numai preşedintele organizaţiei sau directorul poate completa personal datele acestei invitaţii cu titlul în cadrul companiei şi numele companiei gravate sub emblemă. Ceilalţi executivi vor avea un spaţiu gol în care să-şi scrie numele şi funcţiile, atunci când sunt gazdele evenimentului.

Invitaţie cu spaţii albe de completat

Dacă un funcţionar superior sau partenerul lui sau al ei de viaţă dau frecvent asemenea recepţii acasă, în numele companiei, stocul lor de invitaţii gravate, care pot fi completate pe loc, poate arăta astfel:

Emblema

Domnul şi doamna Henry Vaughan
au plăcerea să vă invite

la
pe data de
la

Fifth Avenue, 1030
New York

RSVP
Adresa biroului
Nr. telefon al secretarei lui Vaughan

Este de asemenea foarte frumos să aprovizionezi personalul care se ocupă cu organizarea de distracţii în sala de dineuri a executivului, din cadrul companiei, cu invitaţii care se pot completa pe loc, de acest gen:

Emblema
spaţiu pentru numele gazdei (lor)

are (au) plăcerea să vă invite

la prânz
pe data de
la ora

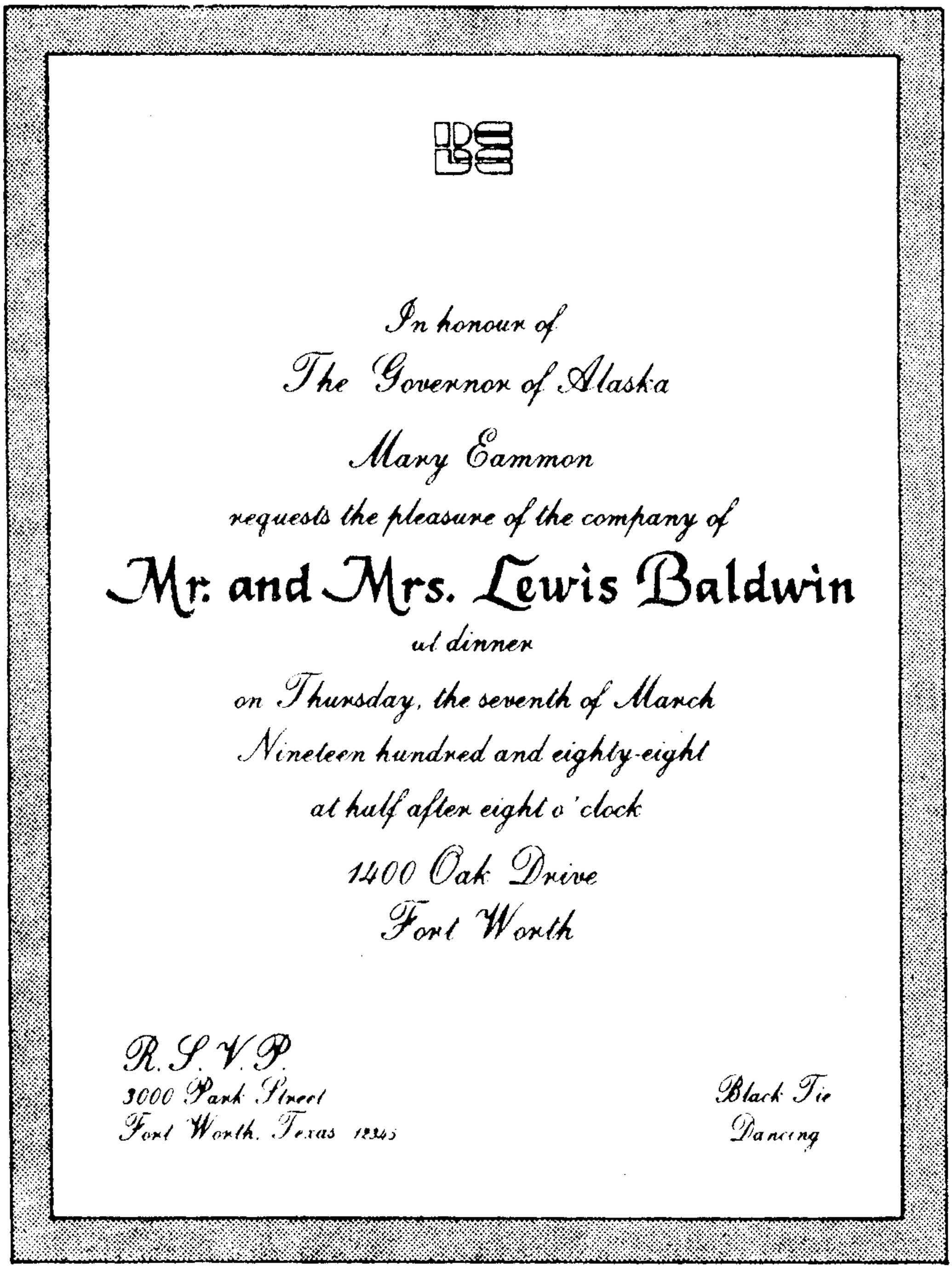
Sala de Dineuri a Executivului
Strada State 135
Denver, Colorado

RSVP
000-000
Int.

Facilităţile pentru parcare
la etajul B

Invitaţia clasică oficială

Invitaţie clasică este şi cea tipărită sau gravată cu negru pe o carte de vizită sau pe o hârtie cartonată împăturită în două (exact cum sunt invitaţiile de nuntă), cu un caracter de litere tradiţional. Acest gen de invitaţii este folosit de oamenii de afaceri conservatori, în special aceia care mânuiesc banii oamenilor şi de companiile şi organizaţiile nonprofit din domeniul sănătăţii, educaţiei şi al religiei. Invitaţia trebuie să fie făcută astfel încât să inspire încredere şi să denote integritate.



In honour of
The Governor of Alaska
Mary Eammon
requests the pleasure of the company of
Mr. and Mrs. Lewis Baldwin
at dinner
on Thursday, the seventh of March
Nineteen hundred and eighty-eight
at half after eight o'clock
1400 Oak Drive
Fort Worth

R.S.V.P.
3000 Park Street
Fort Worth, Texas 12345

Black Tie
Dancing

VITAŢIA PENTRU CINĂ

Invitaţia nu trebuie să fie întodeauna tipărită în plictisitoarea combinaţie de negru şi alb. Designerul poate varia puţin pentru a stârni interesul:

- Poate să schimbe culoarea obişnuită, atât a hârtiei, cât şi a literei tipărite - de exemplu poate să folosească o literă maro închis pentru o hârtie de culoare crem; bleumarin pentru o hârtie de culoare albastru-pal şi roşu închis pentru o hârtie gri.
- Poate să încadreze invitaţia cu o linie îngustă de altă culoare.
- Poate să folosească plicuri căptuşite cu o culoare care să se asorteze cu cele ale invitaţiei.

Aspectul modern al unei invitaţii

Invitaţiile cu un aspect modern sunt folosite pentru cosmetică, parfumerie, case de modă, comerţul cu amănuntul, mobilă pentru interioare etc. Pentru genul de afaceri care trebuie să dea impresia că sunt moderne în relaţiile cu publicul există o variată gamă de materiale şi culori din care un designer cu imaginaţie poate alege - hârtie cu porii mari, hârtie în culori metalizate, întunecate, luminoase sau hârtie cromată etc. Am primit o dată o invitaţie, la lansarea unei serii de produse pentru baie, care era pictată pe o bucată de creton O invitaţie de la compania China Seas, la prezentarea unei serii de noi baticuri, era de fapt tipărită chiar pe batic. Invitaţia la lansarea unui nou parfum al companiei Missoni la Muzeul de Artă Metropolitan reprezenta fotografia unei confecţii Missoni - imaginea unei flăcări cusută în purpuriu şi roz, scrisă cu caractere argintii, într-un plic de un gri argintiu. Am deschis vestita Uşă Roşie a unei invitaţii albe Elizabeth Arden şi mi-a apărut în spatele ei o paradă de siluete negre ale unor manechine superbe, purtând noile articole ale modei de sezon.

Invitaţia neobişnuită

Am văzut invitaţii scrise pe oglinzi, imagini arhitecturale şi invitaţii muzicale. Lumea afacerilor de astăzi nu duce lipsă de idei în prezentarea unor invitaţii memorabile:

- Am văzut invitaţii pe care trebuia să le umfli ca pe un balon pentru ca să poţi afla la ce ai fost invitat.
- Invitaţii făcute sub formă de rebus şi care îţi cereau să-l rezolvi pentru a afla ce-i cu petrecerea.
- Invitaţii de forme surprinzătoare: invitaţii în formă de gorilă, de terminal de computer, de con de îngheţată, de un pian. Firește, aceste forme erau legate de afacerile gazdelor.
- Invitaţii adresate tuturor, ca de exemplu locuitorilor unui oraş la deschiderea unei noi străzi publice, printr-un anunţ în ziar sau la ora prânzului, o invitaţie scrisă pe cer.

Una dintre cele mai frumoase invitaţii pe care am primit-o vreodată a fost la o "Foarte mare petrecere a presei care nu va avea loc". Gazda, Roger Horchow de la Horchow Catalog din Dallas, a trimis un material despre noul catalog al companiei, într-o cutie de cadouri foarte frumos ambalată şi livrată de un mesager la birourile destinatarilor. Cutia conţinea, de asemenea, un pahar pentru şampanie, o sticlă mică de şampanie, sandvişuri mici şi prăjituri, un săculeţ cu confeti, o jucărie care făcea zgomot şi un coif de petrecere.

Designul unei invitaţii pentru o recepţie oficială

O invitaţie la o recepţie oficială trebuie să fie tipărită sau gravată (preferabil gravată) cu negru, pe hârtie albă sau ecru. Numele oaspeţilor trebuie să fie completate de mână după cum se vede mai jos:

Emblema Oxforth

Domnul şi Doamna Gerald Lee Tox

au plăcerea să invite pe

Domnul şi Doamna Green (acestea sunt scrise de mână)

la o recepţie

în cinstea

Onorabilului Malcolm Bainbridge

Secretar pentru comerţ

cu ocazia deschiderii

Târgului internaţional

Duminică, 10 Aprilie

la ora 21,00

Strada Roof

Hotelul St. Regis Sheraton

RSVP

Biroul Preşedintelui

Corporaţia Oxforth

Broadway 1400

New York, N. Y. 00000

000-000-0000

Ţinută de seară

Pentru un eveniment care cere două invitaţii

Este nefiresc ca un eveniment să fie sărbătorit, printr-o ceremonie mai mult sau mai puţin publică, şi acesta să fie urmat de un prânz sau un dineu pentru un număr anume de invitaţi. În acest caz sunt necesare două invitaţii: una pentru ceremonie şi alta pentru prânz sau dineu. Pot exista foarte bine chiar şi două liste de invitaţi. Membrii comunităţii invitaţi doar la ceremonia cu caracter mai larg vor primi numai o invitaţie, colegii şi demnitarii invitaţi la ambele evenimente vor primi două invitaţii.

#1 George N. Marcos, preşedinte
şi Direcţiunea Corporaţiei I. S. M. Inc
vă invită cu cordialitate
la ceremoniile de deschidere a
Corporaţiei International Mall
sâmbătă, 3 mai
la ora 11,00
Intersecţia 47, ieşirea 17 Nord
Riverdale, Idaho
Program:
11,15 - liceul Riverdale
Concert de muzică modernă
11,30 - Cuvântarea onorabilului
Cutare, Guvernator al
Statului Idaho

#2 *În onoarea Guvernatorului X*
Domnul şi Doamna George N. Marcos
au plăcerea să vă invite
la prânz, imediat după terminarea ceremoniei

Restaurantul Mountain-Top
Intersecţia 47, Riverdale
anexă carte de vizită R S V P

Notă: A doua invitaţie la prânz cu cartea de vizită RSVP şi plicul puse la un loc sunt prinse cu o clemă în partea din faţă a invitaţiei la ceremonia cu participare mai largă.

Pentru lansarea unui produs

Invitaţie la un mic dejun

Mulţi oameni nu sunt interesaţi să participe la un mic dejun. Trebuie să te chinui să faci invitaţia cât mai atrăgătoare posibil, astfel încât să previi un posibil răspuns negativ.

Am primit o dată o invitaţie la un mic dejun sub forma unui ou cu textul tipărit pe spate. Nu era pus nimic care să distrugă frumoasa grafică a oului. (Gazdele au primit un răspuns copleşitor, aproape toată lumea a venit). O altă invitaţie le promitea oaspeţilor: "Vă vom face să plutiţi în aroma bogată a cafelei fierbinţi, a şuncii şi a brioşelor calde cu trei feluri de miere..." (Am fost pregătită pentru acel mic dejun din clipa în care am citit invitaţia.)

Producătorii şi importatorii obişnuiesc deseori să ofere un mic dejun la prezentări comerciale şi întâlniri cu comercianţi, deoarece dimineaţa devreme este cel mai potrivit timp să prezinţi noile linii.

Appleyard Cutlery Inc.
(Emblema)

Manny şi Marie Appleyard
vă invită la o petrecere intimă

"Micul dejun la Aolcborg"

pentru a admira noua linie a cuţitelor
suedeze
Luni, 25 ianuarie
de la 7^00 la 9^00

O petrecere surpriză pentru cineva care iese la pensie

(Emblema)

Mary Lee Chin
Preşedinte WATCH WORKS
speră că vă veţi alătura majorităţii prietenilor
lui Richard Renwick
la un prânz-surpriză
cu ocazia pensionării sale
ora 12
Restaurantul Pearl
345 First Street
San Francisco
anexat: cartea de vizită RSVP Vă rugăm, fără cadouri

Sărbătorind o fuziune şi comunicând o nouă emblemă combinată

Invitaţie la o petrecere pe vas

Pentru o petrecere la bordul unui vas trebuie să-l laşi pe designer să realizeze pe invitaţie o temă nautică. Textul trebuie să fie aproximativ de genul:

Ralph Jordan
Preşedinte GRENVILLE

vă invită la

un prânz plutitor

Miercuri, 15 iulie
ora 12
la bordul vasului "The Blue Rigger"
Clubul de iahting Chicago din Portul Belmont

Vasul pleacă la 12,30 fix şi
se întoarce în port la ora 15

Anexat: cartea de vizită de confirmare

Notă: Acest gen de invitaţie poate include şi instrucţiuni speciale despre îmbrăcămintea care se recomandă, ţinând seama de cât este de oficial prânzul şi/sau necesitatea de a lua îmbrăcăminte călduroasă. Dacă evenimentul care urmează să aibă loc ar putea suferi schimbări, este bine ca să fie specificat acest lucru.

Un supeu neoficial pentru clienţi înaintea unui meci

Compania
(emblema)

Jane Menchoff, Preşedinte şi
Barbara Poulet, Director general
îşi invită clienţii
şi familiile acestora
la un picnic de modă veche
înainte de meciul Lei-Antilope
Vineri, 20 iunie
orele 18
210 South Street, Parking Lot
Boulder

inclusă cartea de vizită de confirmare
Parcarea posibilă la locul de parcare
alăturat Restaurantului Minico

Data la care va ploua:
Vineri, 27 iunie,
Biletele pentru meci vor fi
distribuite la picnic

Trecerea invitaţiei în sectorul de expediere

Una este să ai un tip de invitaţie conceput şi schiţat şi alta să ajungă la destinaţie: majoritatea oamenilor nu-şi dau seama câte probleme şi cheltuieli implică trecerea invitaţiilor gata făcute din mâinile tipografului în mâinile destinatarului.

Persoana din cadrul companiei însărcinată cu acest lucru trebuie:

- Să stabilească un program strict, cu data la care este gata proba de tipar, pentru, a putea fi verificată în vederea eventualelor corecturi.
- Să stabilească data la care invitaţiile gata tipărite vor fi livrate, ca să li se scrie adresa, să fie puse în plic, ştampilate, timbrate şi expediate.
- Să stabilească dacă adresele de pe plicuri vor fi scrise de mână, dactilografiate etc.
- Să hotărască asupra felului în care vor fi timbrate (ce fel de timbre vor fi folosite).
- Să confirme din timp data exactă la care trebuie să fie expediate invitaţiile.

Dacă nu există posibilităţi în interiorul companiei ca această muncă să fie făcută aşa cum trebuie, aceste operaţiuni vor fi încredinţate unei cunoscute agenţii de expediere.

Conţinutul plicului

Persoana care se ocupă de organizarea evenimentului trebuie să furnizeze agenţiei de expediere o invitaţie corect asamblată, drept mostră, cu toate

componentele puse în ordinea cuvenită (piesa cea mai importantă să fie la început), astfel încât agenţia de expediere să poată imita procedeul cu exactitate. Când deschizi plicul, trebuie să poţi extrage invitaţia în mod corect, încât elementele cele mai importante să fie deasupra, iar elementele cele mai puţin importante să se afle în interiorul invitaţiei, împăturite în două.

Dacă este necesară o clemă care, să ţină toate părţile la un loc, pune-l pe designer să aleagă una potrivită. Un detaliu chiar şi atât de mic poate îmbunătăţi sau altera calitatea întregului aspect.

Adresa de pe plic

Plicurile pentru o invitaţie de afaceri trebuie să fie:

- Frumos dactilografiate.
- Scrise de mână, cu cerneală neagră, de cineva cu un scris frumos.
- Scrise de un caligraf competent, specializat pentru evenimente foarte importante, cu condiţia să găseşti unul care să poată termina totul la timp, iar tu să-ţi poţi permite să plăteşti aceste servicii scumpe.

O invitaţie importantă nu trebuie să aibă niciodată adresa scrisă prin computer sau prin sistemul de etichete aplicate prin lipire.

Nu uita să pui adresa companiei expeditoare în partea din stânga, sus, pe faţa plicului. (Poşta este obligată să înapoieze ceea ce nu a fost livrat, numai dacă adresa expeditorului se află pe faţa plicului.)

Indicaţii privind protocolul în adresarea plicurilor

(*vezi cap. 10* - "Forme corecte de adresare")

Timbrarea

O gazdă care vrea ca invitaţiile ei să fie deosebite nu le trimite niciodată prin oficiul de timbrare mecanică, ci le pune timbre cu grijă. Timbrele trebuie să fie selectate la poştă, astfel încât să fie cele mai potrivite. De exemplu, dacă afacerile tale au legătură cu sportul, poţi să alegi timbre cu imaginea unui atlet; dacă compania ta face utilaje pentru construirea de avioane, vei alege un timbru comemorativ pe o temă aeronautică; dacă petrecerea se va desfăşura în aer liber, vara, poţi alege un timbru cu o floare frumoasă; dacă compania ta e renumită pentru colecţia sa de artă modernă, ar fi potrivit ca timbrul să reprezinte opera unui renumit artist contemporan etc. Alege un timbru care are legătură cu afacerile tale, cu sezonul în care se dă petrecerea sau pur şi simplu cu ceva sau cineva pe care îl admiri.

Cu cât timp înainte trebuie expediate scrisorile

Cu cât trimiţi mai din timp o înştiinţare invitaţilor tăi, cu atât ei vor da acesteia mai multă atenţie, iar ca rezultat, întrunirea va avea prioritate asupra oricărei alteia.

Iată câteva indicaţii:

- Pentru un seminar sau o conferinţă importantă, la care sunt invitaţi executivi din alte oraşe, invitaţia se trimite cu şase - opt luni înaintea evenimentului.

- Pentru un dineu important - o afacere prestigioasă - la care oaspeţii trebuie să vină din alte oraşe, cu patru - şase luni mai devreme.
- Prânz: între 3 şi 5 săptămâni.
- La un ceai: între 2 şi 3 săptămâni.
- Mic dejun pentru un grup mare: între 2 şi 4 săptămâni.
- La un cocteil: între 2 şi 4 săptămâni.
- O recepţie de seară (înainte sau după altă manifestare): 4 săptămâni

Solicitatea unui răspuns la o invitaţie: RSVP-ul

(*vezi şi* "Diplomaţia invitării în protocolul practic de divertisment", cap. 8).

Lumea afacerilor americane e total lipsită de maniere în ceea ce priveşte răspunderea la invitaţii. Acest lucru se datorează, fie faptului că executivii sunt pur şi simplu leneşi, fie pentru că nu au fost niciodată instruiţi în privinţa importanţei pe care îl are răspunsul la o invitaţie; din această cauză există o indiferenţă condamnabilă, vecină cu nepoliteţea, când e vorba de a răspunde la o invitaţie. Când oamenii nu răspund la o invitaţie, gazda nu ştie câtă mâncare şi băutură să comande şi rezultatele sunt, în general, o pierdere substanţială, cheltuială inutilă, pregătind pentru un număr mai mare decât al celor care vin.

Nu este necesar să trimitem confirmarea la o petrecere la care ni se cere într-o formă sau alta să plătim bani - cumpărând bilete pentru o acţiune de binefacere sau participând la o licitaţie etc. Dar trebuie să răspundem, fără discuţie, altor invitaţii în decurs de o săptămână. Există foarte multe moduri de a răspunde şi de a cere un răspuns, inclusiv următoarele:

Confirmarea la o invitaţie

Dacă lângă invitaţie nu este trimisă şi o carte poştală de confirmare, datele conţinând adresa pentru răspuns se află în colţul din stânga jos al invitaţiei. Maximum de date care trebuie să fie incluse într-un răspuns de confirmare:

RSVP
Doamna Gertrude Ranney
Biroul preşedintelui
Corporaţia REMCAR
Strada 13, 1411
Syracuse, New York 0000
(000) 000-0000

De cele mai multe ori este suficient (numai dacă persoana care răspunde la numărul de telefon menţionat este autorizată să primească acceptul sau refuzul invitaţiilor):

RSVP
Strada 13, 1411
Syracuse, New York 00000
(000) 000-0000

Răspunsul este solicitat până la o dată anume

Un alt mijloc de a obţine un răspuns este de a adăuga o clauză la invitaţie: "vă rugăm să aveţi amabilitatea de a confirma până la data x sau y" (deseori cu 10 zile, înainte de eveniment). Acest adaos este pus în speranţa că destinatarul va acţiona mai repede. Câteodată acest sistem dă rezultate.

Refuz simplu

O altă cale de a solicita un răspuns, de data aceasta negativ, este de a plasa cuvintele "cu regret" în colţul de jos al invitaţiei, care trebuie să fie urmate de un număr de telefon. Eu personal cred că formula "cu regret" este o formulă lipsită de personalitate şi pe mine mă face să iau imediat hotărîrea de a nu participa. Dar din ce în ce mai multe companii folosesc această modalitate pentru a putea estima numărul oaspeţilor care vor participa. Din nefericire, mulţi destinatari care nu intenţionează să participe nu se sinchisesc nici să dea măcar un telefon să-şi exprime regretul de a nu putea da curs invitaţiei. De aceea, după opinia mea, această formulă nu rezolvă mai nimic.

O carte poştală de confirmare pusă împreună cu invitaţia solicită un răspuns

Este o practică obişnuită astăzi în lumea afacerilor să uşurezi posibilitatea unui invitat de a răspunde la o invitaţie. Aşa că poate fi pusă alături de invitaţie şi o carte poştală de confirmare, care trebuie doar completată, având şi plicul respectiv (adresat persoanei din cadrul companiei, care se va ocupa de primirea confirmărilor).

O carte poştală de confirmare nu trebuie să fie mai mică de 3 1/2" x 5"; altfel oficiul poştal nu va garanta livrarea ei. Ea trebuie să aibă acelaşi design (hârtie, culoare şi caracter de literă) cu invitaţia propriu-zisă. Dacă invitaţiile sunt gravate, compania trebuie să graveze atât cărţile de vizită de confirmare, cât şi plicurile lor (ele pot fi şi tipărite).

Sunt de părere că plicurile cărţilor de vizită de confirmare nu trebuie să fie timbrate de compania gazdă. (Oaspetele invitat ar trebui să fie în stare să suporte singur timbrarea plicului cu confirmarea pe care o trimite înapoi.)

Aducerea unui prieten de sex opus

O persoană singură nu trebuie niciodată să întrebe dacă poate să mai aducă pe cineva la o masă, dacă acest lucru nu este menţionat în invitaţie. Cartea de vizită de confirmare oferă în general amănunte în legătură cu posibilitatea de a veni însoţit sau nu la un cocteil sau la un bufet. Dacă aceasta conţine un aliniat pentru "Oaspete", nu-şi poate completa numele şi afilierea în afaceri (dacă există una) în spaţiul pus la dispoziţie decât o singură persoană. Existenţa unui singur spaţiu pentru completarea numelui oaspetelui indică faptul că invitatul nu trebuie să vină însoţit.

(Emblema)

Domnul _____

Numele oaspetelui _____

Acceptarea _____ *Refuzul* _____ *Nr. telefon* _____

Prânz, 1 Februarie la ora 13,00

Hotelul Bancroft

Străzile 4 şi D

Tacoma, Washington

Confirmările oaspetelui către gazdă

Nu înseamnă că ai răspuns corect la o confirmare dacă te întâlneşti întâmplător cu gazda şi îi spui: "Voi veni". Trebuie să suni la biroul ei sau să-i trimiţi un răspuns în scris.

Sunt mai multe moduri prin care un oaspete poate răspunde la o invitaţie:

- Înapoindu-i cartea de vizită de confirmare, corect completată (bineînţeles cel mai uşor mod).
- Telefonându-i la birou ca să-i dai răspunsul. Câteodată problema lipsei de timp face ca răspunsul prin telefon să fie cel mai expeditiv; uneori chiar în invitaţie este cerut răspunsul telefonic.
- Trimiţând un răspuns oficial, dactilografiat sau scris de mână, pe hârtie de calitate (este cel mai frumos şi mai politicos mod de a răspunde, dar, din păcate, pe cale de dispariţie).
- Trimiţându-i o telegramă.

Iată un exemplu de acceptare telefonică trimisă de oaspete gazdei atunci când timpul este scurt:

Morgan Tilson acceptă cu plăcere amabila invitaţie a doamnei Evangeline Jenkins la micul dejun de lansare a unui produs duminică, 3 ianuarie, la Hotelul Biltmore.

- Trimiţând ca răspuns o scrisoare personală.

Dacă un oaspete trebuie să refuze o invitaţie trimisă de un bun prieten, cel mai politicos lucru pe care îl poate face este să-i trimită o scrisoare prin care să-şi exprime regretele sincere şi prin care să-i explice de ce nu poate participa.

Dragă Vangie,

Din nefericire, voi fi pe Coasta de Vest în ziua lansării. Sunt foarte necăjit din cauza asta, în primul rând pentru că ştiu că prezentarea pe care o vei face va fi semnificativă pentru domeniul nostru şi mi-ar face plăcere să văd aceste produse noi înainte de lansarea lor propriu-zisă, în al doilea rând, pentru că ştiu că evenimentul va fi un mare succes, aşa cum este întotdeauna şi, în al treilea rând, pentru că întotdeauna îmi face plăcere să te văd.

Voi fi cu sufletul alături de tine. Succes la lansarea noilor produse.

Secretara trimite răspuns în locul şefului ei

Dacă un executiv este plecat într-o călătorie de durată, secretara trebuie să se ocupe de toate răspunsurile de confirmare. Dacă şeful cunoaşte bine persoana respectivă, secretara trebuie să răspundă mai mult decât cu o simplă completare a rubricii "acceptăm" sau "regretăm" din cartea de vizită de confirmare. Ea trebuie să adauge la cartea de vizită de confirmare un bileţel:

Dragă Doamnă Jenkins,

Domnul Tilson este în Orientul Îndepărtat, dar se va întoarce în preziua micului dumneavoastră dejun de lansare de la Biltmore. Sunt sigură că va dori să participe, aşa că îmi permit să accept din partea lui şi ştiu că ar dori să vă transmit cele mai bune urări în vederea succesului produsului.

/s/ Gemma Howard
Secretara executivului

Răspunsul la o invitaţie de nuntă

Dacă secretara refuză o invitaţie de nuntă în numele şefului şi al soţiei acestuia, pentru că sunt într-un voiaj de lungă durată, şi-i cunoaşte pe părinţii miresei, poate să includă şi câteva rânduri din partea ei la răspunsul oficial:

Dragă domnule şi doamnă Johnson,

Ştiu cât de dezamăgiţi vor fi domnul McCann şi doamna Truesdale de a fi lipsit de la nunta fiicei dumneavoastră. Sunt sigură că va fi un eveniment minunat pentru întrega dumneavoastră familie şi vreau să transmit cu această ocazie propriile mele urări de bine miresei şi mirelui.

Un răspuns oficial la o invitaţie

Fie că scrie de mână sau dactilografiază răspunsul, o secretară de executiv trebuie să ştie cum să formuleze un răspuns oficial, la persoana a III-a, la o invitaţie trimisă şefului ei şi soţiei acestuia. Răspunsul trebuie să fie scris în centrul paginii.

O acceptare oficială

Secretara trebuie să folosească hârtie de calitate din papetăria personală (fie simplă, fie având gravat numele sau monograma şefului ei) pentru a accepta o invitaţie făcută şefului ei şi soţiei acestuia (care în acest caz au două nume):

Domnul William D. McCann şi doamna Anne Truesdale
acceptă cu plăcere
amabila invitaţie a
Domnului şi doamnei Johnson
pentru sâmbătă, 3 decembrie

Un refuz oficial

Domnul William D. McCann şi doamna Anne Truesdale
regretă sincer că
din cauza lipsei lor din ţară
nu pot accepta
amabila invitaţie a
Domnului şi doamnei Johnson
pentru sâmbătă, 3 decembrie

Scrisorile de "reamintire" pentru invitaţii

Scrisoare de "reamintire"

Iată o mostră a unui text de scrisoare de "reamintire" tipărită sau gravată, care trebuie trimisă acelora care au acceptat invitaţia prin telefon:

Corporaţia Aparicom
Bulevardul 6, 1314
Jacksonville, Florida 00000

Caroline Espinosa — *Data de azi*
Preşedinte

Pentru a vă reaminti

Prânzul în onoarea Echipei de Cupă Davis a Statelor Unite
Luni, 2 Noiembrie
ora 12,00
Restaurantul Seacrest
Bulevardul de Vest, 40
(Intrarea dinspre Nord la Larkway)

(000) 000-0000

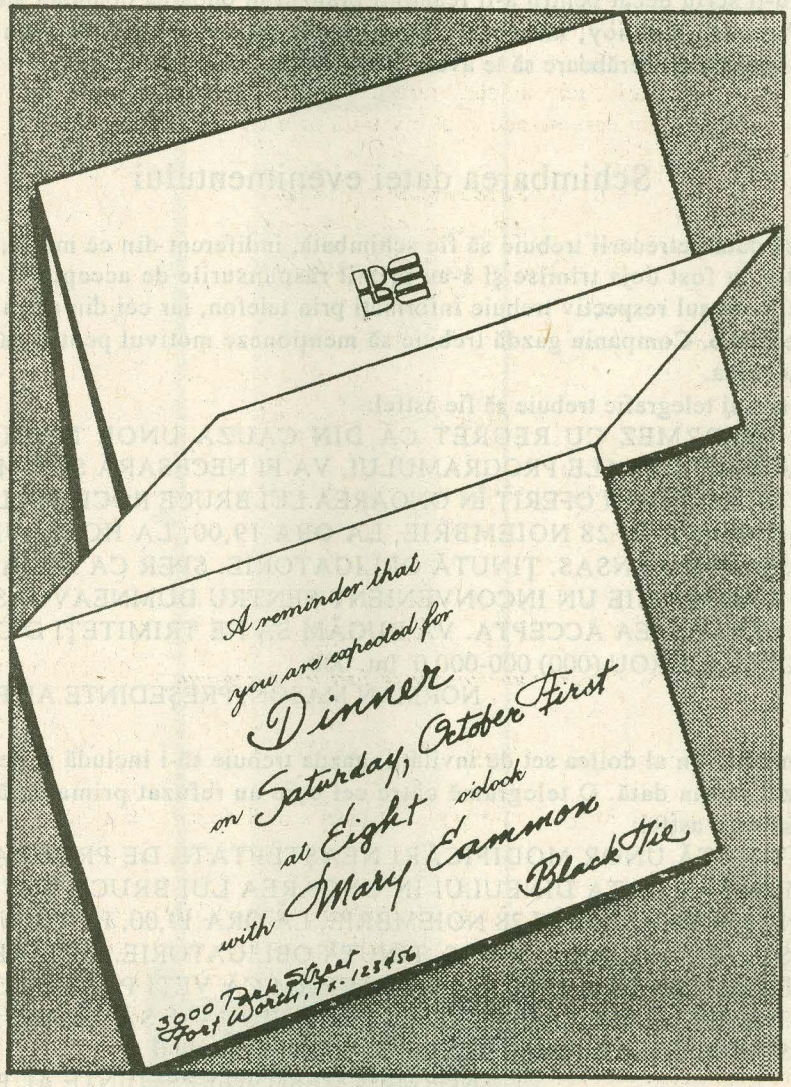
Notă: "Pentru a vă reaminti" poate fi plasat şi în colţul de sus, stânga, al scrisorii de "reamintire".

Scrisoarea de "reamintire" este trimisă dintr-unul dintre aceste trei motive:

1. Nu a fost timp suficient să fie expediate invitaţii la evenimentul respectiv, astfel încât ele au fost făcute doar telefonic. Deoarece cei care au acceptat nu au fost anunţaţi oficial asupra orei, locului şi datei când va avea loc petrecerea, este bine, dacă îţi permite timpul, să trimiţi o scrisoare de "reamintire". Aceasta foloseşte chiar dacă ajunge numai cu o zi înainte de petrecere.

2. Când o companie face invitaţiile pentru un eveniment însemnat, cu mai multe luni înainte de data respectivă, cei care acceptă pierd deseori invitaţia sau uită de ea. Este foarte bine să trimiţi o scrisoare neoficială care să ajungă cu 10 zile sau două săptămâni înainte de eveniment, care să menţioneze, încă o dată, detaliile necesare în legătură cu evenimentul.
3. Când o companie a emis aceste invitaţii cu o lună sau şase săptămâni înainte de eveniment şi trebuie să schimbe locul petrecerii, trimiterea unei scrisori de "reamintire" neoficiale, care să menţioneze schimbarea locului, este o modalitate uşoară de a comunica acest lucru.

Ilustraţia următoare prezintă o scrisoare de "reamintire" gravată pe hârtie bună, care poate fi completată la nevoie şi păstrată special pentru uzul executivilor ((şi) sau al soţilor/soţiilor), atunci când dau petreceri pentru care nu mai este timp ca să fie pregătite scrisori "de reamintire" tipărite sau gravate:



Alte forme de aducere aminte

- Un executiv poate să pună secretara să telefoneze oaspeţilor de pe listă pentru a le reaminti evenimentul care urmează să aibă loc. Acest lucru se face numai dacă evenimentul este extrem de important şi dacă există un dubiu că detaliile privitoare la el ar putea fi neclare pentru musafiri.
- *Poate fi trimisă o telegramă specială.* Este o modalitate costisitoare de a reaminti ceva, dar este foarte folositoare în urgenţele de ultimă clipă:

  VĂ REAMINTIM: PRÂNZ ÎN ONOAREA DOAMNEI AMBASADOR GERTRUDE CHENEY, MIERCURI, 25 SEPTEMBRIE, ORA 13,00, HOTELUL HUNTINGTON, SAN FRANCISCO

  DAVID WAINWRIGHT, V P RESCO

- *Poate fi trimisă o scrisoare prin care să se reamintească:*

  Dragă Andy,

  Nu-ţi scriu decât pentru a-ţi reaminti prânzul în onoarea doamnei ambasador Gertrude Cheney, miercuri, 25 septembrie, ora 13,00, la Huntington. Aşteptăm cu nerăbdare să te avem printre noi...

Schimbarea datei evenimentului

Dacă data petrecerii trebuie să fie schimbată, indiferent din ce motiv, după ce invitaţiile au fost deja trimise şi s-au primit răspunsurile de acceptare, cei care locuiesc în oraşul respectiv trebuie informaţi prin telefon, iar cei din afara oraşului prin telegrame. Compania gazdă trebuie să menţioneze motivul pentru care a fost schimbată data.

Un mesaj telegrafic trebuie să fie astfel:

VĂ INFORMEZ CU REGRET CĂ DIN CAUZA UNOR MODIFICĂRI NEAŞTEPTATE ALE PROGRAMULUI, VA FI NECESARĂ SCHIMBAREA DATEI DINEULUI OFERIT ÎN ONOAREA LUI BRUCE ROCKWELL DIN 23 NOIEMBRIE ÎN 28 NOIEMBRIE, LA ORA 19,00, LA HOTELUL LEUL ROŞU, DIN KANSAS. ŢINUTĂ OBLIGATORIE. SPER CA ACEASTA SĂ NU CONSTITUIE UN INCONVENIENT PENTRU DUMNEAVOASTRĂ ŞI CĂ VEŢI PUTEA ACCEPTA. VĂ RUGĂM SĂ NE TRIMITEŢI O CONFIRMARE LA BIROU (000) 000-000 0 Int. 000

NORMAN MASON, PREŞEDINTE AL PANTCO

Trimiţând un al doilea set de invitaţii, gazda trebuie să-i includă şi pe cei care au refuzat prima dată. O telegramă către cei care au refuzat prima dată să vină trebuie să sune astfel:

DATORITĂ UNOR MODIFICĂRI NEAŞTEPTATE DE PROGRAM, AM SCHIMBAT DATA DINEULUI ÎN ONOAREA LUI BRUCE ROCKWELL DIN 23 NOIEMBRIE ÎN 28 NOIEMBRIE, LA ORA 19,00, HOTELUL LEUL ROŞU, DIN ORAŞUL KANSAS. ŢINUTĂ OBLIGATORIE. DEOARECE AŢI REFUZAT DATA ANTERIOARĂ, SPERĂM CĂ VEŢI PUTEA ACCEPTA NOUA DATĂ DE 28 NOIEMBRIE. VĂ RUGĂM SĂ TRANSMITEŢI RĂSPUNSUL LA BIROUL MEU (000) 000-0000 Int. 000

NORMAN MASON, PREŞEDINTE AL PANTCO

Anularea unui eveniment

Când o companie gazdă trebuie să anuleze evenimentul:

- Dacă nu mai este timp, trebuie luată legătura telefonică cu fiecare oaspete (dacă nu cu el, cu secretara lui (ei) sau cu un membru al familiei). Angajatul, care dă telefoanele, trebuie să-şi noteze pentru fiecare invitat data, ora şi numele persoanei care a primit mesajul.
- Dacă oaspeţii sunt imposibil de găsit la telefon, trebuie trimisă o telegramă.
- Dacă dispune de suficient timp, compania-gazdă trebuie să scrie fiecărui oaspete personal.
- Dacă este timp destul, dar lista invitaţiilor este extrem de mare, poate fi pregătită o carte de vizită tipărită care va fi expediată fiecărui oaspete în parte, explicându-i circumstanţele.

Dă întodeauna o explicaţie anulării făcute (adevărul este întotdeauna cel mai bun):

- "Pentru că dl Mason este bolnav" (specifică natura bolii lui).
- Din cauza unor schimbări majore în programul de lucru (Exemplu: "Vom amâna lansarea noului şampon până când alte trei produse noi vor fi testate pentru a le prezenta în acelaşi timp").
- Deoarece gazda a fost chemată pe neaşteptate pentru rezolvarea unor probleme urgente ("Dl Mason a fost sunat în acest moment, pentru a pleca peste ocean, la o importantă întrunire cu privire la dezvoltarea companiilor noastre din Europa şi s-ar putea să rămână câteva săptămâni în străinătate").

Dacă evenimentul este anulat cu câteva săptămâni înainte de a avea loc, aceasta îi permite gazdei să trimită tuturor oaspeţilor o carte de vizită tipărită sau gravată:

Norman Mason
Preşedinte Panco
regretă cu sinceritate
că din cauza decesului soţiei dlui Bruce A. Rockwell
dineul în onoarea sa
din 23 noiembrie
nu va mai avea loc

O invitaţie bine pusă la punct: studierea unui caz

Când era preşedinte al băncii Chase Manhattan, David Rockefeller dădea în mod tradiţional, în fiecare an, petreceri pentru executivul din ramura asigurărilor. Într-un an invitaţia a avut forma unei minibroşuri foarte colorată. Coperta acesteia era de un verde strălucitor, având pe faţă emblema băncii Chase Manhattan în relief. Plicul era bej, purtând ştampila "Biroul preşedintelui". Variatele informaţii inserate erau dactilografiate, într-un verde închis, pe o foaie de hârtie de culoarea lămâii sau aurie. Mesajul gazdei era scris pe una dintre foi:

"Este întotdeauna o plăcere să am prieteni în industria de asigurare care să ne însoţească, pe mine şi pe prietenii mei de la Chase, într-o zi de sport şi relaxare la Pocantico Hills. Vor avea loc obişnuitele noastre întreceri de golf şi tenis şi, dacă vreţi să participaţi la ele, vă rog să vă aduceţi echipamentul propriu. Dacă nu, puteţi înota, juca bowling, squash sau cricket sau pur şi simplu să vă relaxaţi.

Vom începe exact la ora 9.00 cu primele lovituri de golf şi partide de tenis. Cafeaua va putea fi servită la 8.30, prânzul la 12.00 şi este planificat ca la ora 16.30 să încheiem pentru a facilita întoarcerea acasă devreme.

Aştept cu nerăbdare să primesc răspunsul dumneavoastră afirmativ la invitaţie. Dacă intenţionaţi să participaţi, veţi primi informaţiile suplimentare şi indicaţiile legate de călătorie.

(s) David Rockefeller

Designul cărţii de vizită de confirmare era astfel conceput încât destinatarul să poată selecta activităţile (conform îndemânării) la care intenţiona să participe, cum ar fi golful şi tenisul.

Invitaţia avea un design impresionant. (Erau şase părţi pliate într-un plic: "broşurica" verde; invitaţia propriu-zisă; o carte de vizită al cărei design grafic ilustra o temă de golf şi tenis; cartea de vizită de confirmare împreună cu plicul ei pentru înapoiere şi mesajul din partea dlui Rockefeller). Ea promitea o zi superbă care stătea la dispoziţia tuturor celor interesaţi.

Preşedintele unei mici companii dă o petrecere la ţară

Preşedintele unei companii mici poate şi el, inspirându-se din cea a băncii Chase Manhattan, să facă o invitaţie pentru o petrecere organizată la ţară.

El poate să invite oaspeţi la clubul lui de la ţară pentru diferite activităţi organizate şi pentru prânz.

Invitaţia poate include enumerarea câtorva sporturi la care ar putea să participe oaspeţii. Cartea de vizită de confirmare poate cere informaţii care să dea posibilitatea personalului clubului să formeze grupele de jucători şi partenerii de golf în funcţie de îndemânarea lor:

RSVP

(Emblema companiei-gazdă)

Quohog Country Club - duminică, 20 iulie

Dl/Dna _____

Acceptă _____ Regretă _____

Nr. telefon _____

Îndemânarea la golf _____ Îndemânarea la golf_____

Ce categorie de jucător de tenis este: Ce categorie de jucătoare este:

Avansat_____ Mediu_____ Avansat_____ Mediu_____

Începător_____ Începător_____

10

Forma corectă de adresare

Oamenilor le pasă mai mult decât vă puteţi da seama de cum li se scrie, li se vorbeşte, de cum sunt prezentaţi şi sunt introduşi în liste, în programe şi în comitete. Indiferent dacă persoana din afară este extrem de sensibilă faţă de acest subiect sau biroul tău este extrem de nepăsător faţă de această problemă, cineva trebuie să aibă grijă de acest aspect.

Un membru al Consiliului de administraţie trebuie să dea prioritate examinării felului în care organizaţia sa foloseşte sau abuzează de titlurile şi formele de adresare faţă de oamenii din exterior. A te adresa celorlaţi cum trebuie nu este doar o problemă de curtoazie, ci şi de a-i face celuilalt o impresie bună, cultivă bunele relaţii în afaceri şi realizează profitul.

Chiar dacă corespondezi cu un ambasador, cu un colonel, cu un preot sau cu un funcţionar superior, comunicarea trebuie făcută în mod corect. Bătălia este pe jumătate câştigată dacă ştii unde să te duci ca să obţii informaţii corecte. În majoritatea cazurilor, acest lucru înseamnă să ridici receptorul şi să dai un telefon, chiar şi la distanţe mari, la biroul persoanei respective şi s-o întrebi pe secretară cum trebuie să i te adresezi persoanei în cauză. Preţul acestei convorbiri telefonice la mare distanţă este răsplătit de buna impresie pe care o vei face prin scrisoarea ta care va fi adresată corect.

Schemele din acest capitol constituie o prelucrare a informaţiilor obţinute din cărţi, inclusiv a mea, "Cartea de etichetă completă a lui Amy Vanderbilt" (Doubleday, 1978); "Protocolul" de Mary Jane McCaffree şi Pauline Innis (Corporaţia Prentice Hall, 1977); "Lista mondenă a Washingtonului D. C." (Jean Shaw Murray, 1988); "Eticheta şi manierele moderne" a lui Debrett (Tigerlily, Ltd. Londra, 1981); ca şi conversaţii cu Biroul Social la Casa Albă şi Biroul de Protocol al Departamentului de Stat. (Pentru informaţii legate de acestea, vezi şi secţiunea din "Probleme de protocol la dineuri oficiale de mari dimensiuni", de la capitolul 8 din această carte).

Titlurile înaintea numelor

Anunţarea unui titlu în scris

Nu există nici o scuză să te adresezi, indiferent de genul corespondenţei, lui "Richard Jones" fără să scrii "Domnul Richard Jones". Când corespondenţa vine fără titlul cuiva, destinatarul poate să creadă că expeditorului, pur şi simplu, nu-i pasă.

Nu-ţi cere mult timp şi efort punerea titlului unei persoane înaintea numelui, fie că este domnul, doamna, domnişoara sau un titlu de profesie.

Folosirea titlului profesiei sau afilierii după numele de familie

Dacă cineva îşi însoţeşte numele cu prescurtarea unui titlu de profesie sau al unei organizaţii scrise după numele lui, trebuie ca în comunicări să i te adresezi întotdeauna în exact acelaşi mod. Când foloseşti un titlu de profesie, nu trebuie să mai foloseşti şi domnul, doamna, domnişoara. De exemplu:

- Horace Goddard, M. D. (nu dr. Horace Goddard sau dr. Horace Goddard, M. D.).
- Mary O'Reilly, de la Crucea Roşie Regală (nu sora Mary o'Reilly, de la Crucea Roşie Regală).
- Esther Hernandez, Marina navală (nu dna Esther Hernandez, Marina navală).
- Nicholas Nardini, dr. în filozofie (nu dr. Nicholas Nardini, dr. în filozofie).

O persoană care întocmeşte o listă cu membrii organizaţiei sale profesionale după numele lor, trebuie să li se adreseze în aceeaşi manieră. De exemplu:

- Jeffrey Boomer, F.A.S.I.S. (Membru al Societăţii Americane de Designeri de Interioare).
- Margaret Chan, A.I.A. (membră a Institutului American de Arhitecţi).

Esquire sau doctor pentru avocaţi

Englezii folosesc adesea Esquire (stimabile, maestre) când îşi scriu între ei în probleme de afaceri. În această ţară Esq., în forma sa abreviată, se pune după numele unui avocat, indiferent dacă este bărbat sau femeie. Se scrie: "John Jones, Esq." şi nu "Dl John Jones, Esq." (Unii consideră că este o formulă rigidă pentru un avocat să folosească Esq. după numele său.).

Niciodată nu se foloseşte formula Esq. când este trimisă o invitaţie particulară unui cuplu, dintre care unul este avocat. J. D. (Doctor în jurisprudenţă) poate fi folosit opţional după numele cuiva care are un asemenea grad "Maria Scott, J. D."

Junior şi Senior; al II-lea, al III-lea şi al IV-lea

Când un bărbat foloseşte Jr. după prenumele lui, acest lucru înseamnă că are exact acelaşi nume cu al tatălui său. Dacă cei doi locuiesc în acelaşi oraş, tatăl va folosi în general după prenume Sr., astfel încât să existe cât mai puţin posibil confuzie în legătură cu numele identice.

După moartea tatălui, fiul păstrează în general Jr. încă vreo câţiva ani, pentru ca apoi să renunţe deoarece nu mai este nevoie să se facă distincţia dintre el şi tatăl lui.

Când un bărbat care este un Junior îi dă exact acelaşi nume şi fiului său, acesta devine "al II-lea" sau III.

Un copil care este botezat după unchiul sau bunicul lui devine "al II-lea". De exemplu:

Doi fraţi: George Allan are un fiu care devine George Allan Jr. El la rândul lui are un fiu care devine: George Allan III (sau al III-lea)

Christopher Allan are un fiu şi îl numeşte după unchiul său George, de exemplu, fratele lui Christopher: George Allan II (sau al II-lea)

Adresarea către persoanele din executiv cu "sir" (dle) sau "ma'am" (dna)

Generaţia tânără, atât înn lumea afacerilor, cât şi în viaţa socială este deprinsă să se adreseze celor mai în vârstă cu "sir" sau "ma'am", în loc de a folosi şi numele celui mai în vârstă. Astăzi, aceşti termeni, cu excepţia părţilor din sud şi sud-est (şi exceptând folosirea lui sir (domnule) când te adresezi unor oameni care deţin o funcţie înaltă), nu mai sunt folosiţi.

Zicem, "Bună dimineaţa, dle Jones" în loc de "Bună dimineaţa, domnule (sir)".

Zicem, "Da, doamnă Black" sau "Sigur că voi face, dnă Smith" în loc de "Da, doamnă (ma'am)".

Mulţi din sud mai folosesc încă *sir* şi *ma'am*, ca un vestigiu al bunelor maniere. Totuşi, când cei din sud vin în interes de afaceri în altă parte a ţării, ei sunt suficient de înţelepţi ca să se abţină să folosească "sir" şi "ma'am", pentru că îi pun pe unii în încurcătură considerându-le ca reminiscenţe ale unei epoci de mult apuse.

Scrisori şi plicuri adresate unor persoane neoficiale

Scrisori de afaceri

• Dacă nu folosiţi titlul dat de funcţie:
Domnul David Jones
Compania "Surety Realty"
Strada Peachtree 2000, N. W
Atlanta, GA 00000

• Dacă folosiţi titlul dat de funcţie:
Domnul David Jones
Preşedintele Companiei Surety Realty
Strada
Oraşul, statul, 00000

• Când numele este urmat de un titlu de profesie:
David Jones, Dr.
Adresa biroului
Oraşul, statul, 00000

David Jones, Doctor în filozofie:
Adresa
Oraşul, statul, 00000

David Jones, Esq.
Adresa
Oraşul, statul, 00000

• Când tilul este pus înaintea numelui:
Preşedintele David Jones
Colegiul Wentworth
Adresa, oraşul, statul, 00000

Plicurile pentru invitaţii

• Unui soţ şi soţiei lui:
Dl şi Dna David Jones
Adresa de acasă

• Când soţia şi-a păstrat numele de dinaintea căsătoriei:
Dl David Jones
şi Dna Elizabeth Boyd
Adresa de acasă

• Când ea are un titlu şi el nu:
Dl David Jones
şi Dr. Elizabeth Jones
Adresa de acasă

• Când amândoi sunt doctori:

Doctorii Gillespie	*sau*	Dr. Ralph Gillespie şi Dr. Angela Gillespie
Adresa de acasă		Adresa de acasă

Notă: Când numele soţului (soţiei) este scris în rândul de dedesubt, se lasă trei spaţii libere, de la începutul rândului.

Prezentările persoanelor potrivit statutului lor în viaţă

(*vezi capitolul 1*, "Arta de a face prezentările")

Cum trebuie să te adresezi unor oameni de afaceri străini

(*vezi şi capitolul 5*, "Manierele în afacerile internaţionale")

Un număr foarte mare de afaceri internaţionale sunt încheiate fie în scris, fie prin telefon sau între patru ochi, în funcţie de interacţiunea dintre oamenii implicaţi

în afaceri şi guvern. Din acest motiv, oamenii de afaceri americani trebuie să înveţe protocolul fiecărei ţări cu care se află în relaţii de afaceri.

Majoritatea principiilor care stau la baza protocolului şi se referă la modul în care trebuie să te adresezi, să vorbeşti şi să prezinţi o persoană de un anumit rang îşi au obârşia în tradiţii. Când noi nu dăm prioritate acestui subiect (şi noi suntem cei mai distraţi dintre toţi oamenii), putem ofensa sensibilitatea prietenilor noştri străini. Nouă s-ar putea să nu ne pese de felul în care suntem prezentaţi sau cum suntem aşezaţi la o masă de prânz, dar oamenilor din alte ţări le pasă, mai ales atunci când au muncit din greu şi timp îndelungat pentru a obţine o poziţie înaltă în cariera lor.

Titluri profesionale străine

În anumite ţări, în special în Italia şi Germania, dar într-o oarecare măsură şi în Scandinavia şi în Ţările de Jos, executivii sunt foarte mândri de titlurile care le preced numele, titluri ce indică fie educaţia, fie profesia lor.

În Italia, oricine îşi ia un grad devine imediat "Dottore" (o femeie devine "Dottoressa"), îşi pune în faţa numelui o formă abreviată pentru tot restul vieţii. El vrea să i se scrie numele "Egr. Dott. Giacomo Verde" şi vrea să fie prezentat ca "Dottore Verde". Dacă este arhitect, atunci va abandona "Dottore" pentru titlul profesiei "Arhitetta Verde", care se abreviază "Arch. Verde". Dacă este avocat, trebuie să i te adresezi cu "Avvocato Giacomo Verde" (abreviat cu "Avv. Giacomo Verde"). Americanii care fac afaceri cu italienii trebuie să fie atenţi la aceste titluri fiindcă sunt foarte importante.

În Germania sau în alte ţări din nord, şefilor te adresezi mai degrabă folosind titlurile funcţiilor lor decât numele. "Herr Direektor" este un titlu foarte prestigios pentru un executiv din conducerea superioară. Un doctor este cunoscut ca "Herr Doktor", un inginer ca "Herr Ingenieur" etc.

O persoană de afaceri trebuie să se informeze asupra acestor titluri atunci când face afaceri în străinătate. Procedând astfel, arăţi care e diferenţa dintre o persoană grijulie şi interesată şi una nepăsătoare, indiferentă.

Adresa unei oficialităţi guvernamentale: o mostră

Oficialitate	*Prezentarea şi adresarea plicurilor*	*Titlul unei scrisori*	*Vorbind cu*	*Cartea de vizită indicând poziţia*
Preşedintele	Preşedintele; Casa Albă; adresa (în străinătate este prezentat "Preşedintele Statelor Unite ale Americii)	Dragă domnule preşedinte	Domnule preşedinte	Preşedintele
Prima doamnă	Doamna Madison (Ea este singura femeie oficială căreia i se adresează întotdeauna din respect cu "Doamna Madison", fără numele mic)	Dragă doamnă Madison	Doamnă Madison	Doamnă Madison

"Onorabil" - titlu de respect în America

"Onorabilul" care precede numele unei persoane este un titlu menţinut toată viaţa de o persoană care are la un moment dat o funcţie înaltă la nivel federal, statal sau urban. Totuşi, există o nuanţă care trebuie reţinută: o persoană căreia ceilalţi i se adresează cu "onorabile" nu trebuie să-şi pună acest titlu pe cărţile de vizită personale, de afaceri, pe hârtia folosită personal sau pe invitaţiile pe care le trimite. Dacă, de exemplu, o ex-oficialitate este acum partener într-o firmă de avocatură, pe papetăria firmei numele său va fi trecut alături de cel al celorlalţi asociaţi precedat de "Onorabilul", dar dacă el are propria lui papetărie (coli de hârtie, plicuri etc., cu antet) numele său nu trebuie să conţină şi titlul onorific. Cu alte cuvinte, este un titlu conferit de către altcineva unei persoane, nu de persoana respectivă ei însăşi.

Cum adresezi un plic folosind "onorabilul"

	Unei femei	*Unui bărbat*
Foloseşte trei rânduri pentru titlu	Onorabila Julia Rosen; Trezorier al Statului Maine; Adresa	Onorabilul George Voutas; Senatul Statelor Unite; Adresa
Când adresezi invitaţia se lasă trei spaţii libere înaintea numelui soţului (soţiei)	Onorabila Julia Rosen şi Dl Geoffrey Rosen; Adresa	Onorabilul George Voutas şi Doamna Voutas; Adresa
Când cineva nu mai este în funcţie, "onorabilul" este folosit în continuare (numele şi titlul se scriu pe un singur rând)	Onorabila Julia Rosen; Adresa	Onorabilul George Voutas; Adresa
Adresând o invitaţie unui cuplu când el nu mai este oficial în funcţie	Dl Geoffrey Rosen şi Onorabila Julia Rosen; Adresa (Numele soţiei este scris după cel al soţului atunci când nu mai este în funcţie)	Onorabilul şi Dna George Voutas; Adresa (Când o persoană nu mai este în funcţie este permisă folosirea abrevierii On. în exemplul de mai sus)

Notă: Când o femeie care a avut o înaltă funcţie oficială se recăsătoreşte şi îşi schimbă numele, ea are dreptul în continuare la "Onorabila" (sau în mod neoficial "On." înaintea numelui ei).

Următorii sunt printre cei care poartă titlul de "Onorabil":

- Preşedintele şi vicepreşedintele.
- Membrii Cabinetului, secretarii de stat, subsecretarii de stat, congresmenii şi senatorii.

- Adjuncţii prezidenţiali.
- Ambasadorii americani de carieră şi desemnaţi.
- Reprezentanţii americani (inclusiv cei care alternează şi deputaţii) la organizaţiile internaţionale.
- Şeful Curţii Supreme de Justiţie, juriştii asociaţi, judecătorii altor curţi juridice.
- Toţi membrii Congresului.
- Secretarul Senatului, funcţionarul Casei Albe.
- Garda Senatului şi Camerei Reprezentanţilor.
- Bibliotecarul Congresului.
- Contabilul general (Biroul General de Contabilitate).
- Şefi, şefi adjuncţi împuterniciţi ai agenţiilor guvernamentale ale Statelor Unite ale Americii.
- Guvernatorul şi guvernatorul locotenent al unui stat.
- Secretar de stat, şeful Justiţiei şi Ministrul Justiţiei unui stat.
- Trezorierul statului, Revizorul sau Cenzorul.
- Senatorul statului, membrul Camerei Reprezentanţilor, membrul Adunării Generale sau Primarul delegat.
- Membrii Consiliului oraşului, comisarii regali (în colonii).

Cum să foloseşti titlurile persoanelor oficiale în timpul conversaţiei şi în scris

Formula "Dragul meu domn cutare şi cutare" ca formulă de introducere într-o scrisoare

A te adresa unei persoane importante cu "Dragul meu domn..." sau "Dragă domnule ambasador..." ca formulă de început a unei scrisori, este o veche tradiţie. Totuşi, în zilele noastre ea pare depăşită, ca şi cum ai dansa menuet sau ţi-ai lăsa cărţile de vizită pe o tavă de argint aşezată pe masa din holul casei cuiva. Cu alte cuvinte, poţi sări peste "Dragul meu" în orice formulă de introducere; foloseşte numele destinatarului ("Dragă domnule Agyropoulos") sau funcţia destinatarului ("Dragă domnule Procuror general").

Adresându-te oficialităţilor, cum foloseşti titlurile lor în timpul conversaţiei

Unei oficialităţi foarte importante se obişnuieşte să i te adresezi folosindu-i titlul şi nu numele său (sunt recunoscătoare pentru acest obicei, de vreme ce eu în mod frecvent uit numele, dar îmi amintesc întotdeauna titlurile). De exemplu:

"Domnule Preşedinte" (sau "Doamnă Preşedinte") când îi vorbeşti lui sau ei
"Domnule Secretar" (sau "Doamnă Secretar"), pentru o funcţie în cabinet
"Domnule Subsecretar" (sau "Doamnă Subsecretar")
"Domnule Ambasador" (sau "Doamnă Ambasador")
"Domnule Primar" (sau "Doamnă Primar")

Reţine că spunem "Guvernator" când vorbim unui guvernator, nu "Dle Guvernator". Spunem "Dle Ambasador", nu "Dle Reprezentant special al Statelor

Unite". Singura apreciere clară pe care o putem face cu privire la protocolul american, este că nu există nici o regulă fără excepţie.

- O persoană de rang trebuie să aibă scrisă funcţia, pe cartea de vizită care indică locul, (de exemplu, "Secretar la Departamentul Muncii", "Ambasadorul Marii Britanii") sau ea trebuie să conţină titlul şi numele de familie ("Judecătorul Atkins", "Primarul Jones", "Doctorul Clark"). Vezi schemele de adresare corectă prezentate mai sus.
- Dacă ai dubii în ceea ce priveşte titlul cuiva, sau dacă trebuie sau nu să i te adresezi cu "Onorabile" sau dacă treci funcţia oaspetelui pe cartea de vizită, este bine să le înlături folosind "Onorabile". Cu excepţia doctorilor în medicină, judecătorilor şi militarilor, flatezi întotdeauna o persoană care deţine sau a deţinut o funcţie oficială scriind pe cartea sa de vizită care indică locul "Onorabilul David Walters" sau "Onorabila Susan Walters". Este o portiţă de ieşire, ca atunci când numeşti o femeie dintr-o altă ţară "Doamnă", pentru că nu-ţi aminteşti numele ei.
- Este important să-ţi aduci aminte că pentru un senator al Statelor Unite nu se scrie pe cartea de vizită ce indică locul ceea ce se trece pe cea a unui reprezentant al Statelor Unite. Pentru senator se foloseşte "Senator Lawson", dar dacă persoana este un membru al Camerei Reprezentanţilor, pe cartea sa trebuie să fie scris "Domnul Lawson" sau "Onorabilul William Lawson".

Cum te adresezi în mod special femeilor

În Statele Unite soţia unei oficialităţi foloseşte numele soţului ei în viaţa oficială - de exemplu, Dna Theodore Wells (mai de grabă decât Dna Elise Wells); Signora Antonio Carici în Italia; Madame Henri Blanche în Franţa, Belgia şi în Elveţia, în cantoanele de limbă franceză (la fel ca şi în ţările africane unde se vorbeşte limba franceză); Frau Hans Kauffman în Germania, Austria şi partea germană a Elveţiei; Señora Miguel Flores în Spania şi în America Latină unde se vorbeşte spaniola.

În Statele Unite, femeilor care lucrează, folosind propriile lor nume, li te adresezi cu propriile nume, dar aceasta se aplică rareori unei americance care îşi însoţeşte în străinătate soţul, desemnat într-o funcţie oficială. Ea nu trebuie să încerce să folosească propriul nume, când este împreună cu soţul ei, într-o călătorie în legătură cu slujba lui şi nu a ei. Creează probleme de protocol pentru oficialităţile ţării gazdă, care nu au de loc sau au puţine reprezentante ale genului feminin în funcţii oficiale înalte.

Desigur, dacă femeia este o persoană cu un rang oficial superior şi soţul ei o însoţeşte în misiune, ea va folosi propriul titlu şi nume, nu pe al lui.

Foloseşte "Doamnă" atunci când te adresezi unei femei dintr-o ţară străină

Noi ne adresăm femeilor în această ţară cu "mrs.", miss." sau "ms." (dnă, dră) urmată de numele propriu. Când întâlnim o femeie din altă ţară, adesea ne e greu să reţinem un nume foarte complicat şi nu ştim dacă-i putem zice "domnişoară" sau "doamnă". Soluţia este să-i zicem "Madame". Franceza este limbajul diplomatic din

întrega lume şi "Madame" este la fel de uzual ca şi "Ms" în idiom american.

Foloseşte "Madame" pentru o femeie care a depăşit 20 de ani sau dacă ştii că-i căsătorită. Asta simplifică situaţia. Nu trebuie să spui "Madame Abdourahmane" când vorbeşti cu ea, ci pur şi simplu "Madame" este de ajuns.

Cum te adresezi partenerilor de viaţă ai unor persoane cu statut oficial

	Prezentare. Adresa de pe plic	*Introducere la scrisori*	*Vorbind cu*	*Cartea de vizită indicând poziţia*
Când soţia unei oficialităţi foloseşte numele soţului ei	Secretarul pentru Comerţ şi Doamna Roe	Dragă Doamnă Roe	Doamnă Roe	Doamna Roe
Când soţia unei oficialităţi foloseşte numele ei	Secretarul pentru Comerţ Dl Ralph Baldwin şi Dna Marian Smith	Dragă Doamnă Smith	Doamnă Smith	Doamna Smith
Soţul unei femei cu un rang înalt	Senator Ann Green şi Dnul David Green	Dragă Dle Green	Domnule Green	Dl Green
Când atât soţul cât şi soţia au un rang înalt	Onorabilul David Green şi Onorabila Ann Green	Dragă Senator Green	Senator Green	Senatorul Green
	Comandant Jerome Tate şi Locotenent Tate	Dragă Locotenent Tate	Locotenent Tate	Locotenent Tate

Afaceri oficiale cu oameni din străinătate

"Excelenţa sa" pentru oficialităţi străine

Americanii folosesc apelativul "Onorabilul" ca titlu în faţa numelui unei persoane sau a prenumelui său pentru a marca importanţa actuală a acesteia sau o fostă poziţie. Pentru şefii de stat, ambasadori, funcţionari de cabinet etc., din alte ţări (precum şi pentru membrii clerului de rang înalt) este corect să se folosească "Excelenţa sa" înainte de nume şi de prenume. De exemplu, un plic se adresează cu:

Excelenţa sa
Giovanni Nanni
Ambasador al Italiei

sau

Excelenţa sa
Episcopul de Cleveland

Vom face prezentările între demnitari în aceeaşi manieră. În majoritatea cazurilor punem adresa pe plic exact în acelaşi mod în care facem prezentarea convenţională a persoanei respective. (De notat totuşi că naţiunile Commonwealthului nu folosesc "Excelenţa sa", ci mai degrabă "Onorabilul")

Ceea ce rămâne confuz este faptul că modul în care ne adresăm noi unei oficialităţi străine în Statele Unite poate să nu corespundă cu cel folosit la ea în ţară.

De exemplu, noi ne adresăm unui ambasador străin în această ţară cu "Excelenţa sa" atât pe plicul şi în scrisoarea pe care i-o trimitem, cât şi în introducerea acesteia, dar când stăm în faţă cu el îi spunem "Dle Ambasador". În multe ţări străine i te adresezi cu "Excelenţă" şi atunci când vorbeşti cu el. Nuanţele sunt subtile, dar importante. Este necesar să înveţi cum să te adresezi oficialităţilor străine în această ţară. Dacă ai afaceri în străinătate, trebuie să înveţi protocolul care se aplică în oricare din ţările în care faci afaceri.

Naţiunile Unite

Spre deosebire de corpul diplomatic acreditat la Washington, D. C., diplomaţii Naţiunilor Unite îşi schimbă rangul prin rotaţie (ceea ce înseamnă că durata serviciului sau importanţa ţării are foarte puţin de-a face cu cine depăşeşte în rang pe cine). Dacă dai un dineu la care participă mai mult de un ambasador de la Naţiunile Unite, sună la Biroul de Protocol al ONU (212/754-7170) pentru a afla cum este bine să aşezi oaspeţii la dineul respectiv.

Oficialitatea	*Prezentarea şi adresarea pe plic*	*Formula de început în scrisoare*	*Vorbindu cu*	*Cartea de vizită care indică poziţia*
Secretarul general	Excelenţa sa François d'Estain - Secretar general al Naţiunilor Unite	Dragă doamnă Secretar general	Doamnă secretar general (Doamnă d'Estain, după aceea)	Secretarul general al Naţiunilor Unite
Un ambasador străin al Statelor Unite	Excelenţa sa Koto Matsumada Ambasador al Japonici Reprezentant permanent al Japonici la Naţiunile Unite	Dragă domnule ambasador	Domnule ambasador (Sir, ulterior)	Ambasadorul Matsumada
Reprezentantul Statelor Unite la Naţiunile Unite	Onorabilului Henry Gregory Reprezen-tantul Statelor Unite la Naţiunile Unite	Dragă domnule ambasador	Domnule ambasador (Sir, ulterior)	Ambasadorul Gregory

Invitaţiile pentru ambasadorii Naţiunilor Unite şi partenerii lor de viaţă sunt adresate la reşedinţele acestora după cum urmează:

Excelenţa sa Koto Matsumada şi Doamna Matsumada	sau	Excelenţa sa Françoise d'Estain şi domnul Eric d'Estain

Britanicii: prietenii noştri cu multe titluri

Deoarece facem atâtea afaceri cu Marea Britanie este foarte important pentru cei care au un contract comercial însemnat cu această ţară să cunoască ierarhia conducerii: coroana, guvernul şi colegii de breaslă.

Protocolul pentru familia regală este compus cu foarte mare grijă şi chiar dacă din punct de vedere psihologic, noi americanii nu aderăm la principiile monarhici, trebuie să respectăm admiraţia prietenilor noştri britanici pentru ea. Este imposibil să-i mulţumim pe britanici atât în propria lor ţară, cât şi pe oamenii de afaceri britanici care ne vizitează, dacă nu ştim absolut nimic despre istoria ţării lor sau despre coroană.

Au stârnit chiar mici furtuni în ultimii ani unele întrebări prosteşti ca aceea: dacă soţia unui ambasador american ar trebui, sau nu, să facă o reverenţă convenţională atunci când salută Regina. Când Regina este în Statele Unite, o femeie americană poate înclina puţin capul atunci când dă mâna cu Maiestatea Sa; este suficient pentru a înlocui gestul reverenţei. Totuşi, în prezenţa Reginei, în Anglia, trebuie să facem exact cum fac şi britanicii. Dacă toate femeile britanice fac reverenţe în faţa Reginei, de ce soţia unui ambasador american să procedeze altfel? Sau tocmai din această cauză, o femeie americană de afaceri, venită în Anglia într-o călătorie de afaceri, are noroc dacă o întâlneşte?

Este foarte logic că americanii nu sunt tot atât de oficiali ca britanicii cu propriile lor oficialităţi şi cu colegii lor de breaslă. Următoarele tabele despre oficialităţile engleze şi colegii de breaslă prezintă ceea ce se cuvine să facă o persoană de afaceri americană când vorbeşte, se prezintă sau scrie acestora.

Membrii Commonwealthului britanic, din afara Angliei, nu sunt tot atât de convenţionali ca englezii; cu siguranţă, canadienii sunt neconvenţionali prin comparaţie.

Familia Regală

- Nu i se scrie direct unui membru al familiei regale, ci "Secretarului personal al ..." Secretarului i se scrie după cum urmează:

Maiestatea Sa Regina

Alteţa Sa Regală, Prinţul Philip,
Duce de Edinburgh

Maiestatea Sa Regina Elizabeth, Regina Mamă

Alteţa Sa Regală, Prinţul Charles,
Prinţ al Ţării Galilor

Alteţa Sa Regală, Prinţul Edward

Alteţa Sa Regală, Prinţesa Anne
Doamna Mark Phillips

Alteţa Sa Regală, Prinţesa Ţării Galilor

Alteţa Sa Regală, Prinţul Andrew

Alteţa Sa Regală, Prinţesa Margaret,
Contesă de Snowden

- Prezentările sunt făcute şi cărţile de vizită pentru indicarea poziţiei sunt scrise exact cu titlurile de mai sus.
- În afară de Regină şi Regina Mamă (cărora li te adresezi cu "Maiestatea Voastră"), celorlalţi membrii ai familiei te adresezi cu "Alteţa Sa Regală", iar ulterior te adresezi cu "Domnul" sau "Doamna".

Dacă eşti prezentat unui membru al familie regale, nu vorbi tu primul. Aşteaptă până când personajul regal vorbeşte primul. Conversaţia ta trebuie să fie cât mai limitată posibil. De exemplu, la Wimbledon, Regina s-ar putea să laude performanţele jucătorilor americani, la care tu poţi să dai următoarea replică: "Vă mulţumesc pentru aceste cuvinte amabile, Maiestatea Voastră".

Guvernul britanic

Oficialitatea	*Prezentarea şi adresarea pe plic*	*Adresarea de început de Scrisoare*	*Vorbindu cu*	*Cartea de vizită pentru indicarea poziţiei*
Primul ministru	Right Honourable (Onorabilei Sa) Mary Smith, P. C., M. P. Primul ministru (P. C. înseamnă Membru al Consiliului Privat; M. P. înseamnă Membru în Parlament) sau din punct de vedere social: Primul ministru şi Dl Ivan Smith	Dragă domnule prim ministru	Doamnă prim ministru	Primul ministru

Oficialitatea	*Prezentarea şi adresarea pe plic*	*Adresarea de început de Scrisoare*	*Vorbindu cu*	*Cartea de vizită pentru indicarea locului*
Secretarul ministerului de interne (echivelent cu secretarul de stat, de la noi)	Right Honourable Ronald Coates, P. C., M. P. Secretar al Ministerului de Interne sau din punct de vedere social: Rt. Hon. Ronald şi doamna Coates	Dragă domnule Coates sau dacă are titlu: Dragă Sir Ronald: sau Dragă Lord Coates	Domnule Coates sau dacă poartă titlu poate fi: Sir Ronald sau Lord Coates	Secretarul Ministerului de Interne
(ocupanţilor de posturi în cabinet li te poţi adresa în mod similar)				
Ambasadorul britanic în Statele Unite	Excelenţa sa David Leeds Ambasadorul Marii Britanii sau dacă are titlu i se poate spune: Excelenţa sa, Sir David Leeds etc.	Dragă domnule ambasador sau dacă are titlu Dragă Sir David	Domnule ambasador sau Sir David	Ambasadorul Marii Britanii Guvernul Britanic

Notă: Britanicii încheie o scrisoare către o oficialitate din ţara lor cu "Al dvs. credincios", ceea ce poate folosi şi un american într-o scrisoare pe care o adresează unei oficialităţi britanice; este corect de asemenea: "Cu sinceritate", sau "Al dvs. sincer".

Multe oficialităţi britanice sau colegi de breaslă au iniţiale după numele de familie, care simbolizează diferite ordine, onoruri şi ranguri cavalereşti. Trebuie întotdeauna să-i scrii unei asemenea persoane în aceeaşi manieră în care ea îşi scrie numele - cu sau fără iniţiale. De exemplu, unui cavaler cu titlu trebuie să i te adresezi cu: Sir George Creighton, G. C. M. G. (Knight Grand Cross / of the Order/ of St Michael & St George = Cavaler al Marii Cruci / din Ordinul Sf Mihail & Sf George).

Camera Lorzilor

Membru	*Prezentare şi adresarea pe plic*	*Formula de introducere la o scrisoare*	*Vorbindu cu*	*Cartea de vizită care indică poziţia*
Un duce care nu aparţine familiei regale	Ducele de Oakford sau Ducele şi ducesa de Oakford	Dragă Duce Dragă Ducesă	Duce Ducesă	Ducele de Oakford Ducesa de Oakford

(Englezii se adresează adesea în scrisori, unui duce sau ducese cu "Înălţimea Voastră" şi le vorbesc cu "Înălţimea Sa Ducele de...", dar americanii nu sunt obligaţi să urmeze această procedură.)

Fiul cel mai mare şi nora ducelui	Marchizul de Chester sau din punct de vedere social: Marchizul şi marchiza de Chester	Dragă Lord Chester Dragă Lady Chester	Lord Chester Lady Chester	Lordul Chester Lady Chester
Fiul cel mai mare al marchizului; Soţia contelui, o contesă	Contele de Meads sau din punct de vedere social: Contele şi contesa de Meads	Dragă Lord Meads Dragă Lady Meads	Lord Meads Lady Meads	Lordul Meads Lady Meads
Vicontele, fiul cel mare al contelui	Vicontele Brentwood sau din punct de vedere social: Vicontele şi vicontesa de Brentwood	Dragă viconte Brentwood Dragă Lady Brentwood	Lord Brentwood Lady Brentwood	Vicontele Brentwood Vicontesa Brentwood
Baron Baronesă	Lordul Lyndburst sau din punct de vedere social: Lordul şi lady Lyndburst	Dragă Lord Lyndburst Dragă Lady Lyndburst	Lord Lyndburst Lady Lyndburst	Lordului Lyndburst Lady Lyndburst
Baronet	Sir Albert Northrop, Baronet sau din punct de vedere social: Sir Albert şi Lady Northrop	Dragă Sir Albert Dragă Lady Northrop	Sir Albert Northrop. Lady Northrop	Sir Albert Northrop Lady Northrop

Oficialităţile canadiene

Membru	*Prezentare şi adresarea pe plic*	*Formula de introducere la o scrisoare*	*Vorbindcu*	*Cartea de vizită care indică poziţia*
Guvernator general	Excelenţa sa Eric C. Johnson sau din punct de vedere social: Excelenţele sale, Guvernatorul general şi doamna Johnson	Dragă domnule guvernator general	Guvernator general	Guvernatorul general al Canadei
Guvernator locotenent al Canadei	Onorabilului sau Onorabilul Gerald L. Dowd - Guvernatorul locotenent sau din punct de vedere social: Guvernatorul locotenent şi doamna Dowd	Dragă domnule guvernator locotenent	Guvernator locotenent Dowd	Guvernatorul locotenent al Canadei
Primul ministru al Canadei	Onorabilului Andrew C. Fitch, P. C., M. P. Prim ministru al Canadei sau din punct de vedere social: Primul ministru şi doamna Fitch	Dragă prim ministru	Prim ministru Fitsch	Primul ministru Fitsch
Premierul unei provincii din Canada	Onorabilului Carolyn Cadré - premierul provinciei Quebec sau din punct de vedere social: Onorabilei Carolyn Cadré şi dl Jacques Cadré	Dragă doamnă premier	Premier Cadré	Premierul Quebecului
Membru al Senatului	Onorabilei Laura Flynn, Senatul Ottawa sau din punct de vedere social: Onorabilei Laura Flynn şi domnul Lesley Flynn	Dragă domnule senator Flynn	Senator	Onorabila sa Laura Flynn
Membru al Camerei Comunelor	Samuel Morris, Esq. M. P. Camera Comunelor sau din punct de vedere social: Domnul şi doamna Samuel Morris	Dragă domnule Morris	Domnule Morris	Samuel Morris Esq., M. P.
Primarul unui oraş	Venerabilul Primar Kenneth Woods City Hall sau din punct de vedere social: Venerabilul primar Kenneth Woods şi doamna Woods	Dragă domnule primar	Domnule primar	Primarul oraşului Toronto

Membru	*Prezentare şi adresarea pe plic*	*Formula de introducere la o scrisoare*	*Vorbind cu*	*Cartea de vizită care indică poziţia*
Ministrul Justiţiei	Onorabilului Roger C. Bolton - Ministrul justiţiei din Canada sau din punct de vedere social: Onorabilului Roger C. Bolton şi doamna Bolton	Dragă domnule ministru al justiţiei	Domnule ministru de justiţie Bolton	Ministrul de justiţie al Canadei

Corespondenţa cu oficialităţile franceze

Când scrii unor persoane oficiale dintr-o republică străină, foloseşte stilul redat în următorul tabel (pentru Franţa)

Membru	*Prezentare şi adresarea pe plic*	*Formula de introducere la o scrisoare*	*Vorbind cu*	*Cartea de vizită care indică poziţia*
Preşedintele republicii	Excelenţa sa Henri Vandoyer Preşedintele Republicii Franceze Adresă sau din punct de vedere social: Preşedintele Franţei şi doamna Vandoyer	Dragă domnule Preşedinte:	Domnule Preşedinte	Preşedintele Republicii Franceze
Primul ministru al Republicii Franceze	Excelenţa sa Jean de l'Abeille Primul ministru al Republicii Franceze sau din punct de vedere social: Primul ministru al Franţei şi doamna de l'Abeille	Dragă domnule prim ministru;	Domnule prim ministru	Primul ministru al Republicii Franceze
Ministrul afacerilor externe al Republicii Franceze	Excelenţa sa Jeanne d'Arcy Ministrul afacerilor externe sau din punct de vedere social: Ministrul afacerilor externe şi domnul Pierre d'Arcy	Dragă doamnă ministru	Doamnă ministru	Ministrul afacerilor externe al Republicii Franceze

Titlurile vest-europene

Regelui sau reginei oricărei ţări străine i te adresezi cu "Maiestatea Voastră", sau când se fac referiri la ei cu "Maiestatea Sa", respectiv "Maiestatea Ei".

Când se fac referiri la prinţul consort al reginei se spune "Alteţa Sa Regală", iar direct: "Alteţa Voastră Regală".

Când titlurile regale se mai menţin încă într-o ţară care nu mai este monarhie, chiar dacă aceste titluri nu mai au nici un sens, ele sunt tratate cu respect în continuare de către oamenii din ţara respectivă. Europa de Vest are o istorie lungă şi o mare dragoste pentru tradiţie şi de aceea oamenii care au moştenit un titlu defunct, dar legitim, pot folosi însemnul regal pe rechizitele lor sau îl pot purta gravat pe îmbrăcăminte etc.

În ordinea rangului, titlurile sunt următoarele:

- Prinţ şi prinţesă (Îi numeşti după titlul şi numele de familie şi nu după numele mici când îi prezinţi cuiva. În conversaţie îi spui: "Prinţe" şi "Prinţesă").
- Duce şi ducesă (li te adresezi spunând titlul urmat de numele de familie şi nu de numele lor mic, când le faci cunoştiinţă cu cineva; în conversaţie li te adresezi cu "Duce" sau "Ducesă").
- Marchiz şi marchiză (În Franţa "Marquis" şi "Marquise", în Italia "Marchese" şi "Marchesa", în Spania "Marques" şi "Marquesa").
- Viconte şi vicontesă.
- Conte şi contesă.
- Baron şi baroană (baronesă).

Dacă le scrii o invitaţie, vei scrie în maniera următoare: "Contele şi Contesa Philippe de Beaumont". Dacă un partener din cuplu are titlu, iar celălalt nu, foloseşte titlul doar pentru cel care-l deţine: "Domnul Emmanuele Capriccio şi Contesa Eleanora Capriccio".

Mulţi dintre vest-europeni nu-şi folosesc titlurile atunci când fac afaceri în Statele Unite, dar când le trimiţi scrisori în ţara lor sau îi vizitezi acolo, trebuie să le foloseşti titlurile.

11

Recepţionerul, asistentul administrativ, secretarul executivului si imaginea companiei

5

Există poziţii importante în lumea companiei cărora nu li se acordă atenţia cuvenită şi, deseori, nici compensaţia meritată deşi acestea joacă un rol vital în formarea unei bune imagini despre companie. Oamenii din aceste poziţii sunt primele persoane pe care le întâlneşti când intri în sediul unei companii.

Recepţionerul

Primirea care i se face unui vizitator la biroul tău este tot atât de importantă pentru imaginea companiei ca şi cărămizile şi mortarul folosite la construirea unei

clădiri. Persoana care salută publicul din partea companici femeie sau bărbat trebuie să fie zâmbitoare, bine îmbrăcată, (probabil în uniformă), aşezată pe scaun într-un mod degajat, dar decent, prezidând un birou ordonat. Dacă scrumiera este plină cu mucuri de ţigară şi acea persoană citeşte un ziar stând tolănit pe scaun, un vizitator poate trage concluzia că respectiva companie nu se interesează de impresia pe care o face asupra vizitatorilor şi probabil că nu-i prea pasă de calitatea mărfurilor şi a serviciilor pe care le oferă.

Este de datoria funcţionarilor şi a personalului companiei să aplice standarde foarte severe celor pe care îi desemnează pentru această slujbă importantă, să facă nişte reguli stricte şi să se facă foarte clar înţeleşi asupra a ceea ce trebuie şi a ceea ce nu trebuie să faci în această meserie. Dacă solicitantul acestui post are impresia că cel care-l îndrumă din partea serviciului personal este prea pretenţios şi caută să-i îngrădească drepturile, atunci ar fi mai bine să-şi caute o altă slujbă.

Meseria de recepţioner este mult prea importantă pentru a fi plătită prost. Salariul trebuie să fie adecvat, iar pentru această slujbă, trebuie angajaţi numai oameni foarte conştiincioşi şi capabili, cu promisiunea unei promovări în decurs de un an, dacă fac o treabă bună şi îşi însuşesc spiritul afacerilor companiei.

Deoarece sunt mult mai multe femei decât bărbaţi care caută această muncă de recepţioner, (pentru simplificare) am folosit pronumele feminin în următorul set de indicaţii privind comportamentul necesar în această poziţie:

- Se îmbracă elegant, dar decent. Poartă pantaloni numai dacă are o siluetă perfectă şi aceştia sunt foarte bine croiţi.
- Fardul şi stilul în care-şi piaptănă părul sunt în gen conservator; nu-şi împopoţonează părul şi faţa cât timp se află la serviciu.
- Poartă puţine bijuteri; cele pe care le poartă să nu fie zgomotoase sau bătătoare la ochi.
- Nu mănâncă, nu mestecă gumă de mestecat, nu fumează şi nu bea la birou.
- Nu citeşte ziarele la birou, pentru că ele produc un aspect de dezordine. Citeşte reviste sau o carte, ascunse în poală şi doar atunci când nu există nici o activitate în perimetrul prezidat de ea.
- Are mâinile şi unghiile îngrijite.
- Biroul trebuie să aibă un aspect ordonat, cu fiecare lucru pus la locul lui.
- Zâmbeşte când salută un vizitator şi expresia feţei ei denotă bucuria de a-l vedea. Vocea ei trebuie să fie veselă, atunci când anunţă sosirea unui vizitator prin telefon.
- Transmite vizitatorului hotărîrile şi indicaţiile cu claritate, astfel încât acesta să poată înţelege uşor.
- Nu primeşte în timpul serviciului telefoane personale, oricât de scurte ar fi ele; când se apropie un vizitator de biroul ei, nu continuă niciodată o conversaţie în care este angajată, doar dacă acea conversaţie este importantă. Când vorbeşte la telefon nu întoarce spatele vizitatorului, ca şi cum ar vrea ca acesta să nu audă ce vorbeşte ea.
- Are grijă tot timpul ca sala de primire să fie curată, dotată cu materiale care pot fi consultate, inclusiv cataloage cu produsele companiei, rapoarte anuale etc.
- Dacă un vizitator este lăsat să aştepte mai mult decât de obicei, ea însăşi sună ca să afle ce se întâmplă şi apoi îi spune acestuia.
- Îi tratează pe executivi, pe vizitatori şi pe angajaţi cu aceeaşi amabilitate când aceştia intră sau ies din sala de recepţie.

- Se adresează oricui folosind numele de familie, astfel încât atmosfera să degaje un aer de demnitate.
- Îl ţine la curent pe directorul companiei cu numele exacte şi cu adresele întregului personal.
- Cunoaşte conducerea superioară - titlurile lor, ceea ce fac şi ierarhia în care se înscriu astfel încât să poată răspunde competent oricărei întrebări adresate de un vizitator.
- Are grijă ca zona în care îşi desfăşoară activitatea să fie dotată cu tot ce este necesar, să reţină un telefon pentru oaspeţi, spaţiu suficient, un suport de umbrele etc., precum şi un caiet curat pentru semnături dacă acest lucru reprezintă o politică dusă de companie pentru securitate.
- Dacă secretara recepţioneră răspunde de situaţiile de urgenţă, cum ar fi incendii sau evacuarea în cazul explodării unei bombe, ea trebuie să-şi ia datoria în serios şi să se informeze despre aceste lucruri până la cel mai mic detaliu.

Recepţionera trebuie să aibă un buton pe care să-l apese în caz de urgenţă, precum şi un număr de telefon pe care să-l poată folosi cu cod, care să însemne: "Veniţi în ajutor. Este aici un individ suspect".

Executivul manierat înţelege ce rol important joacă o bună recepţioneră în organizaţie şi o tratează cu respect. Îşi aduce aminte de promisiunile pe care i le-a făcut: să o promoveze în cadrul companiei, dacă dă dovadă de performanţe deosebite.

Secretarul executivului sau asistentul administrativ

Caracteristicile personale ale unui secretar foarte bine calificat sau ale unui asistent administrativ au fost descrise în revista "Fortune" (12 martie 1979):

Un metabolism ce pare să se îmbogăţească sub presiune.
Un instinct natural de a face ordine în haos.
Un apetit pentru cele mai grele probleme şi capacitatea de a le rezolva fără supraveghere.
Capacitate deosebită în păstrarea secretelor.
Îndemânarea de a trata cu cele mai dificile persoane, categorie în care se poate încadra chiar şi şeful său.

Mulţi oameni cred că profesia de secretar se află într-o situaţie tristă în această ţară din două motive: secretarii şi funcţionarii administrativi, competenţi şi buni profesionişti, nu sunt întotdeauna răsplătiţi cum trebuie sau recompensaţi în timp ce, tinerii absolvenţi ai şcolilor de afaceri, deseori bătând prost la maşină şi fără o pronunţie bună, sunt lipsiţi de profesionalism. Remarcile mele în legătură cu probleme de secretariat din acest capitol nu se vor ocupa însă de cel de-al doilea grup.

Secretarele cu experienţă sunt indispensabile pentru că ele ajută conducerea superioară în toate domeniile. Ele nu sunt numai aproape de scaunul puterii, ci chiar fac parte din ea. Totuşi, în timp ce ajută la îmbunătăţirea imaginii şefilor lor, rareori le este recunoscut acest merit.

Există două tipuri de secretare excelente: primul - sunt ataşate companiei şi şefului lor, nu au nici o dorinţă de a urca în ierarhia corporaţiei. Obiectivul lor principal este să-şi servească şeful, să primească o recompensă adecvată şi beneficii pentru o ieşire la pensie convenabilă, să fie respectate în cadrul companiei şi să fie

un model, demn de admiraţie, al profesiei lor. O asemenea persoană e hotărîtă să fie secretară toată viaţa, până se va retrage la pensie.

Al doilea tip de secretară excelentă are mari ambiţii de conducere şi îşi foloseşte poziţia de moment ca pe o trambulină pentru a învăţa ceea ce trebuie să facă într-o companie. Scopul ei este atingerea poziţiei de secretară a direcţiunii superioare, urmată de poziţia de secretară a directorului plin. Dacă îşi îndeplineşte obligaţiile şi responsabilităţile faţă de şeful ei, el o va recomanda fără a da dovadă de egoism, pentru promovare.

Un director eficace respectă ambele tipuri de secretară, şi dacă aceasta îndeplineşte toate calităţile trebuie s-o ajute să-şi atingă scopul.

Adevărata secretară capabilă este:

- Discretă. Nu vorbeşte despre afacerile şefului ei, viaţa privată sau afacerile lui financiare. Niciodată nu transmite mai departe bârfa din interiorul sau din afara companiei.
- Răspunde la telefon cu mult tact, calmând şi dând satisfacţie tuturor, de la soacra directorului până la membrii din consiliu.
- Este meticuloasă, ţinând evidenţele la zi - calendarul şefului, cartea de adrese, rolodexul ei, lista felicitărilor de Crăciun etc.
- Manifestă iniţiativa de a cere scuze în numele şefului ei când ştie că acesta va întârzia la prânz, recunoaşte că i-a scăpat din vedere o anumită dată, scrie scrisori care pot fi trimise, în mod dibaci, fără semnătura lui, cum ar fi notele de mulţumiri.
- Îl informează pe şeful ei despre ce se întâmplă în organizaţie - cine se descurcă bine, cine-şi bagă nasul unde nu-i fierbe oala. Ţine în permanenţă legătura cu toţi cei interesaţi în colaborarea cu compania.
- Înţelege priorităţile - ce telefon trebuie dat mai întâi, ce scrisoare trebuie scrisă şi expediată prima, care persoană trebuie primită mai întâi.
- Înţelege importanţa intereselor familiale şi ajută aranjarea problemelor legate de familie.
- Ţine evidenţa cheltuielilor şefului ei şi, de asemenea, ţine la zi documentele biroului.
- Urmăreşte programul şefului ei - ştie cum şi când să-l salveze dintr-o întâlnire extrem de lungă sau de o convorbire telefonică nedorită.
- Are grijă ca cei din companie să fie informaţi de programul şefului lor sau de planurile acestuia.

Cultivarea manierelor la birou

(*Vezi* şi "Manierele executivului la telefon")

O secretară manierată sporeşte mult avantajele organizaţiei. De fapt ea imprimă tonul, atât în biroul ei, cât şi în al altora. Dacă abordează telefoanele şi relaţiile şefului ei cu lumea din afară (şi din interiorul companiei) cu consideraţie şi tact, ea contribuie la îmbunătăţirea imaginii întregii companii.

Secretarele cu adevărat experte au totdeauna un plic gata pregătit pentru gazda şefului, care-l aşteaptă pe biroul lui la întoarcerea de la recepţia sau masa la care a fost invitat. Şefului nu-i mai rămâne decât să scrie imediat o notă scurtă de mulţumiri gazdei şi plicul este expediat chiar în aceeaşi zi, ceea ce face o impresie nemaipomenită asupra gazdei (mai ales pentru că nu va primi asemenea note de mulţumire decât de la apoximativ 5% dintre invitaţi).

O secretară bună mânuieşte oamenii cu atâta dibăcie, când le răspunde negativ, încât aproape că-i face să se simtă la fel de bine ca şi când le-ar fi răspuns afirmativ. Acest lucru cere diplomaţia şi tactul unui om de stat internaţional.

Schimbarea titlului pe măsură ce se ridică în grad

Progresele tehnologice şi schimbările din lume nu au modificat poziţia secretarei, în schimb au eliberat-o de o serie de sarcini convenţionale, obositoare şi i-au dat posibilitatea să-şi asume o serie de alte responsabilităţi. O secretară de executiv, eficace, trebuie să fie considerată ca făcând parte din echipa de conducere. Pe măsură ce avansează, ea poate să dorească să-şi schimbe titlul pentru a-şi schimba şi statutul din cadrul organizaţiei. Iată câteva opţiuni:

Asistentul executivului
Asistentul personal al...
Asistent administrativ
Asistent de personal
Coordonator de personal
Directorul biroului executivului
Asistent al directorului personalului executivului
Coordonatorul executivului

O secretară care a fost avansată trebuie să aibă salariul corespunzător cu promovarea şi să primească beneficiile respective.

Cum se adresează un director secretarei

O relaţie relativ convenţională între un executiv şi secretara lui denotă respect şi demnitate. În această lume relaxată a zilelor noastre oamenii au tendinţa să se tutuiască mult prea repede.

Există multe corporaţii în care funcţionarii superiori şi secretarele lor sunt în termeni de "Domnul" şi "Doamna" sau "Domnişoara". Un executiv mi-a spus o dată referitor la aceasta: "Cadrează cu mobila frumoasă şi covoarele de pe jos". A zâmbit când a spus acest lucru, dar ceea ce a vrut să se înţeleagă era că imaginea de ansamblu, oarecum convenţională, creată de companie, era integră; toată lumea se simţea mândră de ea.

Nu există scuză pentru un director care vorbeşte despre secretara lui, indiferent ce vârstă sau caracteristici fizice are aceasta, cu: "fata mea". Corporaţia "United Technologies" a publicat acum câţiva ani în marile ziare un editorial pe acest subiect, care a fost salutat de secretarele din toată ţara.

Hai să scăpăm de "Fată"

N-ar fi 1979 un an nemaipomenit dacă am face un pas uriaş înainte în favoarea femeilor scăpând totodată de apelativul "fată"? Avocatul tău spune: "Dacă nu sunt aici las-o pur şi simplu fetei". Agentul spune: "Lasă referinţele la fată". Un director spune: "Fata mea va lua legătura cu fata ta". Ce fată? Ei vor să spună prin asta domnişoara Rose? sau vor să spună Doamna Torres? Înţeleg ei prin

asta dna McCullough? Vor ei să spună Joy Jackson? "Fata" este cu siguranţă o femeie care a depăşit vârsta adolescenţei. Ea are, ca şi dumneavoastră un nume. Folosiţi-l!

O secretară, orice secretară, trebuie să fie prezentată corect de către şeful ei vizitatorilor pe care ea nu-i cunoaşte. El nu trebuie să spună: "Ea este Sally, secretara mea", ci: "Ea este dra Sally Jones, secretara mea" sau orice alt titlu pe care îl foloseşte ea.

Un executiv care cere secretarei să-i îndeplinească un comision personal nu trebuie să o forţeze dacă ea este recalcitrantă. Dacă ea acceptă, trebuie s-o facă în timpul ei liber şi nu în timpul programului şi trebuie să fie recompensată pentru aceasta din buzunarul şefului ei. Pentru orice executiv care spune: "Văd că nu prea ai de lucru, dră Brown. N-ai vrea să te duci până la Marshall Field să-mi cumperi nişte ciorapi?", ar trebui să existe şi unul care să spună: "Văd că nu prea ai ce face dră Brown? N-ai vrea să afli ceva mai multe despre noua noastră secţie de computere? Îl voi suna pe Stimson şi îi voi spune să te instruiască şi pe tine. Voi răspunde eu la telefon cât eşti plecată".

Discuţii despre "a merge la o cafea"

Obiceiul de a merge după cafea pentru şef a depăşit orice măsură. Când eram secretară îl aprovizionam pe şeful meu cu cafea sau orice altceva ar fi dorit (accidental luam şi pentru mine câte ceva în acelaşi timp). Consideraţi aceasta ca pe îndeplinirea unui comision sau ca pe o funcţie pe care o împarţi cu altul? Nu mai este un act de servilism cum gândesc unele secretare. Acest adevărat sindrom "nu sunt comisionar" a apărut o dată cu mişcarea femeilor de la sfârşitul anilor '60.

După părerea mea, o secretară trebuie să-şi folosească energia preţioasă pentru a-şi îmbunătăţi poziţia în cadrul companiei într-un mod constructiv şi nu s-o irosească luptând împotriva cererilor de a servi cafeaua sau ceaiul. Totuşi, şeful trebuie să aducă din când în când cafea pentru tot personalul biroului, doar ca să arate că el împarte responsabilităţile atât în ceea ce priveşte confortul cât şi munca personalului.

Privind-o într-o lumină nouă

După o perioadă de trei ani de serviciu, un executiv trebuie să analizeze şi evalueze performanţele secretarei, pentru a hotărî dacă talentul şi capacitatea ei sunt compatibile cu o poziţie de conducere.

Dacă secretara doreşte să avanseze în cadrul companiei şi tu simţi că este calificată pentru aceasta, ajut-o să-şi atingă scopul. Dă-i responsabilităţi de conducere atunci când este logic să procedezi astfel. Fă-ţi timp pentru a-i explica filozofia anumitor tranzacţii în afaceri, deciziile majore pe care le iei, ce riscuri îţi asumi şi de ce ţi le asumi. Dacă este ambiţioasă şi inteligentă, va reţine automat tot ceea ce îi spui tu.

Dacă are o idee constructivă în domeniul afacerilor, ghideaz-o cum să procedeze ca să şi-o prezinte companiei. Las-o să vadă cât poate fi de frustrantă perioada dintre concepercea ideii până la realizarea sau abandonarea ei.

Cum să-ţi ajuţi secretara sau asistentul administrativ cu sfaturi constructive

Dacă secretara ta nu face treabă bună, trebuie să o concediezi şi să găseşti pe cineva mai bun. Această muncă este mult prea importantă în viaţa unui executiv pentru a permite să continue o situaţia negativă. Prima dată dă-i două sau trei avertismente; fii cinstit şi constructiv. Dacă trebuie s-o concediezi, acordă-i o parte din timpul tău atunci când îi dai această veste. Pune-o să stea jos şi spune-i exact ce anume a greşit şi ce a făcut bine când a lucrat pentru tine, astfel încât să poată învăţa din această experienţă, să capete noi puteri şi, probabil, să nu mai repete a doua oară aceleaşi greşeli.

Treci direct la subiect: "Antoinette, munca ta în acest birou nu merge bine şi am discutat acest lucru cu tine în două sau trei ocazii. Sunt obligat să te dau afară. Ştiu că îţi este foarte greu să auzi aceasta şi nu-mi este deloc uşor să ţi-o spun. Mi-a făcut plăcere să te cunosc şi să lucrez cu tine, dar totul a eşuat din următoarele motive: ..." apoi înşiră-le, las-o să te întrerupă şi să se apere, dar continuă cu lista pe care ţi-ai întocmit-o, astfel încât să nu piardă nici unul din punctele negative din munca ei.

Încheie discuţia spunându-i că eşti sigur că şeful personalului o va ajuta să-şi găsească o altă slujbă şi că îi doreşti toate cele bune pe viitor.

Dacă secretara ta face treabă bună şi are ambiţia să fie şi mai bună în meseria şi cariera ei, ajut-o cu o critică constructivă. Asta nu înseamnă să "stai pe capul ei" tot timpul pisând-o cu fiece detaliu. Totuşi, dacă ea are o voce neplăcută, găseşte un profesor şi eventual ajut-o să-şi plătească lecţiile, dacă compania nu vrea să i le plătească. Dacă nu ştie cum să se îmbrace bine, dă-o pe mâna unui consultant de modă din raionul de confecţii. Dacă experienţa ei a fost extrem de limitată, încurajeaz-o să meargă la muzee, la conferinţe, să înveţe, să lectureze cărţi bune şi să frecventeze cursurile serale pentru adulţi. (Oferă-te să contribui la plata lor.) Dacă e cazul ca ea să-şi schimbe stilul coafurii sau deodorantul, atrage-i atenţia discret:

> "Mary, îmi vine greu să-ţi spun şi va fi dificil pentru tine să auzi. Singurul mod de a face faţă este de a o spune direct, fără să mă învârt ca un leu în cuşcă. Cred că trebuie să-ţi schimbi deodorantul. Gata, am spus-o."
>
> "Susan, îţi respect profesionalismul foarte mult şi cred că ar trebui să trec direct la subiect şi să-ţi spun că mai mulţi oameni din companie consideră culoarea părului tău prea stridentă şi necorespunzătoare cu imaginea companiei pe care sunt sigur că ai dori s-o impui. Sper că nu sunt exagerat sugerându-ţi să mai diminuezi tonul culorii. Oamenii trebuie să observe ce secretară minunată eşti tu şi nu culoarea părului tău."

Nu aştepta ca şeful personalului să facă această treabă neplăcută pentru tine, dacă secretara ta are o problemă personală precum cele menţionate mai sus. Singurul care se poate ocupa de acest lucru cu tact eşti tu, şeful ei, şi ea va accepta observaţia de la tine, dacă o lauzi pentru ceea ce merită şi o critici pentru lipsurile ei.

În societate, tratează-ţi secretara ca pe un egal

O secretară de executiv profesionistă, care excelează în munca ei, se simte nedreptăţită atunci când este tratată de şef ca inferioară lui. O anumită stimă trebuie să existe la locul de muncă, dar şi în afara lui. În societate unde amândoi au fost invitaţi, el trebuie să-i dea voie să se simtă oaspete. Nu trebuie să-i tot ceară să facă

diverse lucruri pentru el, să telefoneze unde vrea el, să-i aducă una sau alta. Secretara, desigur, nu trebuie să participe la o petrecere la care nu a fost invitată, dar dacă este invitată, şeful trebuie să-i respecte prezenţa ca oaspete.

Am observat că atunci când şeful şi secretara sunt invitaţi la asemenea petreceri, totul se desfăşoară perfect dacă secretara se află în capătul opus al sălii, departe de şeful ei. Dacă stă lângă el, din timiditate, îi jeneazâ pe toţi ceilalţi. Trebuie mai curând să-şi dezvolte talentele proprii în societate, decât să fie mâna lui dreaptă, şi să înveţe să facă o bună conversaţie pe subiecte diferite, altele decât cele legate de birou. O secretară pe care o cunosc foarte bine a fost în cele din urmă dată afară de şeful ei tocmai din cauza lipsei de tact în societate. Călătoreau cu avionul companiei în toată lumea şi ea era întotdeauna invitată în majoritatea ţărilor, la prânzurile date, în onoarea lui. Ea obişnuia să se aplece peste masă şi să discute cu voce tare un subiect la care absolut nimeni nu putea să participe: "Dle B., nu a fost drăguţ din partea lui Albert Hilte când ne-a trimis mesajul azi dimineaţă prin telex?" Dl B. zâmbea şi se crispa imediat, realizând că nimeni nu putea să aprecieze acea întrebare.

Totuşi, în schimbul unei secretare care este total inaptă să poarte o conversaţie în societate, există altele zece care sunt foarte bune pentru aceasta (de fapt, multe sunt mai bune decât şefii lor în această privinţă). O cale sigură ca să facă o bună impresie este, pentru o secretară, capacitatea de a vorbi cu entuziasm, acurateţe şi inteligenţă despre compania pentru care lucrează, despre mărfurile şi serviciile acesteia.

Omagiu adus unei secretare a executivului

O secretară de executiv, care rămâne alături de şeful ei timp de mulţi ani, devine o prelungire a acelei persoane şi deseori un membru din familia persoanei respective.

Am auzit despre mulţi executivi care au omagiat cu afecţiune secretarelor lor de-a lungul anilor, dar cel mai impresionant dintre toate a fost cel al profesorului Arthur Schlesinger Jr., un fost asistent special al preşedintelui John F. Kennedy, la înmormântarea vechii lui secretare, Gretchen Stewart:

"Am cunoscut-o prima dată pe Gretchen Stewart acum vreo 22 de ani, în februarie 1962, când am ajuns la Casa Albă, la preşedintele Kennedy, după ce îmi luasem diploma de asistent special al preşedintelui şi fusesem instalat într-un birou, cu o secretară, în Aripa de Est. Printr-un mare noroc, de care nu am încetat niciodată să mă minunez în ultimii ani, amabila tânără care m-a salutat în noul meu birou s-a dovedit a fi Gretchen. Îşi începuse cariera la Casa Albă pe timpul preşedintelui Truman, cu mai bine de 12 ani înainte, şi şi-a continuat serviciul şi sub administraţia Eisenhower. O adevărată profesionistă, îi primea pe noii veniţi în la post cu un binevoitor "Bun venit!". Prima dată m-am gândit cât este de bine să ai un ajutor atât de plăcut şi de atotştiutor. Dar curând am descoperit că, în afară de aceasta, Gretchen era şi o persoană cu totul deosebită, nu numai datorită farmecului ei, dar şi datorită integrităţii, compasiunii şi înţelepciunii sale.

Atunci a început o asociere care a durat aproape un sfert de secol. După moartea preşedintelui Kennedy, ea m-a ajutat când am scris "O mie de zile". Când am părăsit Washingtonul, pentru câteva luni, pentru a mă duce la Institutul pentru Studii Avansate din Princeton, ea s-a dus să lucreze pentru senatorul

McGovern; dar când m-am întors mai târziu la New York, la City University, ea s-a hotărît să renunţe la Washington şi guvern pentru viaţa academică. În toţi aceşti ani, în Washington şi în New York, Gretchen mi-a uşurat şi mi-a ordonat viaţa, m-a salvat de la excese şi erori, a acţionat ca protector şi conştiinţă pentru mine, a lucrat mult prea multe ore şi mult prea din greu - şi a făcut totul cu mult simţ al responsabilităţii, cu un incomparabil tact şi eficienţă şi cu o inepuizibilă blândeţe.

Oricine care înţelege organizarea modernă ştie câtă putere au secretarele şi câtă importanţă are reţeaua secretarială - femei care deseori nu se cunosc decât după vocea de la telefon, dar sunt atât de legate şi se ajută atât de mult în cazuri de urgenţă sau de criză. La Washington şi la New York, Gretchen a fost o persoană de mare încredere şi care era admirată de toată lumea. Oricine a avut vreo legătură cu biroul meu era tratat cu o impecabilă amabilitate, chiar şi atunci când nu o merita. Prietenii mei contau pe discreţia şi judecata ei. Soţia şi copiii mei îi erau devotaţi. Ar fi foarte greu să enumăr oamenii care au întrebat de ea, de când s-a îmbolnăvit, exprimându-şi afecţiunea şi părerea de rău pentru necazurile ei.

A suportat boala cu un curaj extraordinar. Nu s-a plâns niciodată, a insistat să muncească în continuare prea mult şi prea greu şi şi-a îndeplinit sarcinile cu un devotament rar şi cu absolută fidelitate. Nu voi putea niciodată să exprim în cuvinte cât îi sunt de îndatorat.

Trebuie să adaug că de-a lungul tuturor acestor ani, în mediul îndepărtat din Washington şi din New York, inima ei a rămas în Kansas. Nimic nu-i producea plăcere mai mare decât călătoriile anuale acasă. Nimic nu o atrăgea mai mult decât gândul la faptul că se va pensiona şi va merge în Kansas unde vroia să se dedice studiilor genealogice. Când n-a mai putut să muncească, singura ei dorinţă a fost să se retragă în Kansas, să rămână împreună cu familia ei... Ea lasă un gol adânc în inimile noastre. A murit aşa cum a trăit - o femeie cu adevărat bună."

12

Pensionarea unui membru din cadrul executivului

Într-o zi, o scrisoare din partea Consiliului de administraţie al corporaţiei Allegheny Castings este pusă pe mesele de lucru ale tuturor angajaţilor:

"George Marchand Sudler, vicepreşedinte al acestei companii, va ieşi la pensie pe 4 martie 1987. Nu mai este necesar să vă reamintim că unul dintre motivele succesului acestei companii este acela că domnul Sudler ni s-a alăturat, acum 40 de ani, chiar în această lună. El a ajutat la modelarea politicii acestei companii şi a contribuit în mod activ la dezvoltarea ei de-a lungul întregii sale cariere.

Ne va lipsi şi personal îi voi simţi lipsa mai mult decât pot exprima în cuvinte. Sper că veţi fi alături de mine în a-i dedica lui George Sudler o petrecere de adio regală pe 2 martie, orele 17, la bufetul companiei."

Ce poate face compania

Pensionarea vine, într-o zi, pentru fiecare dintre noi chiar dacă nu am ajuns în ierarhie aşa de sus ca George Sudler, care merită o petrecere organizată de Consiliul de administraţie. Dacă îl întrebi pe un pensionar care este cel mai important lucru

din viaţa lui în acest moment îţi va răspunde: "o pensie confortabilă şi o asigurare de sănătate". Totuşi, el ar mai avea nevoie, mai ales dacă şi-a petrecut o viaţă întreagă muncind în companie, să menţină legătura cu cea de-a doua "familie" a lui: compania. De asemenea, simte nevoia să se facă util societăţii. O corporaţie care se respectă îşi pregăteşte executivii şi angajaţii pentru pensionare de-a lungul ultimului lor an de muncă; poate să-i formeze pentru pensionare şi să le procure programe care le vor completa viaţa. Acestea pot fi costisitoare, dar ele sunt un indiciu al grijii şi interesului companiei faţă de prestarea unui serviciu îndelungat şi devotat de către angajaţii ei. Apoi, acţiunile de binefacere ale pensionarilor voluntari din cadrul comunităţii reflectă statutul de bun cetăţean al companiei.

Unele companii sponsorizează activităţile pensionarilor

- Compania poate organiza pensionarii din executiv în grupuri de consultanţă care pot da sfaturi profesionale companiilor mai mici (Compania Textron face aceasta).
- Compania îi poate canaliza pe pensionari, când există o acută nevoie de voluntari spre spitale, cămine şi şcoli. (Compania Honeywell face aceasta).
- Compania poate recruta pensionari care să se alăture corpului de profesionalişti la vizitarea sau la contactarea telefonică a pensionarilor mai în vârstă şi care sunt bolnavi. (Compania Levi Strauss face acest lucru).
- Anumite companii încurajează executivii (care urmează să se pensioneze) să-şi petreacă o zi pe săptămână muncind în cadrul comunităţii, la începutul ultimului lor an de muncă; la sfârşitul primului sfert din acest an lucrează numai o zi pe săptămână şi patru zile ca voluntari.
- Foarte puţine programe sunt atât de inspirate ca acela al fostului System Bell "Pionierii Telefonului în America", dintre care mulţi sunt pensionari. Aceşti oameni foarte bine pregătiţi îşi folosesc timpul lor spre a ajuta nu numai comunităţile locale, ci şi omenirea în general. Inginerii şi-au folosit timpul lor de pensionari spre a inventa lucruri care să-i ajute pe oamenii cu probleme, de exemplu, să-i ajute pe copiii orbi să meargă pe bicicletă şi pe adolescenţii orbi să joace fotbal, iar pe copiii autişti să-i înveţe cum să comunice prin plasarea a două radiouri în doi ursuleţi de jucărie, astfel încât copilul să creadă că ursuleţul vorbeşte cu el. Sunt multe alte exemple de compasiune umană în acest program.
- Multe companii cer pensionarilor să înceapă un nou program educativ; unele companii, ca IBM şi Pitney Bowes, contribuie din punct de vedere financiar la cursuri atât pentru pensionari, cât şi pentru partenerii lor de viaţă.
- Unele companii oferă folosirea în continuare, pe parcursul vieţii, a unor raioane din magazinul lor sau le permit să-şi procure produsele companiei, făcându-le un rabat al preţ.
- Compania poate invita pensionarii anual, la petrecerea de Crăciun sau poate să le trimită o felicitare de ziua lor sau de sărbători.
- Compania poate plăti pentru intrarea pensionarilor ei în rândul membrilor "Asociaţiei americane a pensionarilor".

Pensionarul îşi anunţă ieşirea la pensie prin poştă

Cel care se pensionează poate dori să comunice acest lucru printr-o carte de vizită pe care s-o trimită asociaţilor lui de afaceri. Trebuie alcătuită, pentru aceasta, o listă de nume şi adrese pe baza dosarului de adrese sau din lista de felicitări de Crăciun.

De exemplu Ann Keagy, fostă membră a executivului Şcolii de design Parsons, a trimis o carte de vizită de culoare albă, 41/2" x 51/2" în plic, la sute de parteneri de afaceri pe care şi i-a făcut de-a lungul carierei sale. Mesajul era tipărit cu litere negre purtând semnătura în facsimil:

> La sfârşitul acestei luni voi părăsi Şcoala de design Parsons, după 35 de ani în care am fost preşedintă a Departamentului de design de modă. Mă folosesc de această ocazie pentru a vă transmite un călduros "mulţumesc" dumneavoastră, ca unuia dintre numeroşii oameni minunaţi pe care i-am cunoscut şi cu care am lucrat. Sper ca drumurile noastre să se mai întâlnească din când în când.
>
> /s/ Ann
>
> Doamna J. Rodman Keagy
> (Aici e scrisă adresa)

Anunţul era frumos formulat. Furniza prietenilor adresa ei şi le promitea că vor păstra lăgătura.

Dacă un pensionar va lucra pe post de consultant în domeniul său, acest lucru trebuie înclus în textul adresei respective. În acest caz pot fi incluse numerele de telefon de acasă şi de la serviciu.

Compania organizează o petrecere de pensionare

Unele companii duc o politică de descurajare pentru celebrările intime, organizate cu anumite ocazii, chiar dacă este vorba de o zi de naştere, nuntă sau pensionare. Alte companii dispun de un fond special care permite angajatului să-şi invite 3 sau 4 colegi apropiaţi la un prânz, înainte de pensionare. Unele companii oferă o trataţie festivă, cum ar fi un tort care are scris deasupra pe glazură numele celui care se pensionează. Trataţia are loc la bufetul companiei sau în birou, în una din ultimele zile de serviciu ale celui care se pensionează. O companie înregistrează pe o casetă video ultima zi de lucru a angajatului, inclusiv petrecerea. Caseta este oferită după aceea pensionarului.

Pensionarea unui executiv superior este deseori prilej de petrecere particulară, în casa altui membru din executiv, într-un club sau la restaurant. Aceasta poate fi un cocktail, un prânz sau o cină. În momentul culminant al petrecerii se rostesc, de obicei, toasturi (ca şi "tachinarea" executivului făcută cu afecţiune şi umor).

În general se oferă şi un cadou (vezi cap. 15 - "Arta de a face cadouri în lumea afacerilor" - pentru oameni deosebiţi în ocazii deosebite). Dacă este posibil, e bine să fie prezentă şi familia celui care se pensionează.

De fapt, multor executivi le displace să fie oaspeţi de onoare la o întrunire de despărţire şi în acest caz dorinţa lor trebuie să fie luată în considerare. Darul corporaţiei poate să fie oferit oricând de un membru din direcţiunea superioară, cu discreţie.

Este frumos să-l surprinzi pe un membru al Consiliului de administraţie care se pensionează printr-o întrunire a angajaţilor organizată la sediul corporaţiei sau în complexul întreprinderii. Un membru al Consiliului de administraţie a fost foarte impresionat când s-a ţinut în onoarea lui o întrunire neanunţată. I-au fost oferite primele două pagini ale ziarului local înrămate - una datând din ziua în care începuse să lucreze la companie, în urmă cu 40 de ani, iar pe cealaltă era tipărită data zilei oficiale de pensionare, care coincidea cu ziua întâlnirii. Titlul real al ziarului fusese înlocuit cu următorul titlu tipărit: COMPANIA X ESTE MÂHNITĂ DEOARECE ŞEFUL EI PREFERAT SE PENSIONEAZĂ.

Discursul de pensionare

Când un membru din conducerea superioară se pensionează, la un moment dat, el trebuie să ţină un discurs de "bun rămas". Este frumos ca acesta să fie scurt şi ticluit cu umor. Trebuie, de asemenea, să exprime gratitudinea faţă de oamenii care au reprezentat într-adevăr cheia succesului şi fericirii acestei sărbători de pensionare - cum ar fi secretara lui şi partenerul de viaţă. Discursul poate fi mai târziu tipărit în buletinul companiei care este trimis membrilor acesteia.

John Elliott, jr., preşedintele agenţiei de publicitate Ogilvy & Mather, şi-a ţinut discursul de pensionare la întrunirea anuală a companiei, din New York, în faţa a 1500 de angajaţi. Cu toate că a jucat un rol major în succesul transformării agenţiei într-o agenţie mare, el a vorbit mai mult despre succesul celorlalţi decât despre al lui, iar în publicaţia de comerţ ADWEEK a apărut un reportaj din care reieşea că toată lumea şi-a dat seama, în acea zi, de faptul că "puterea unui conducător nu este direct proporţională cu mărimea celui său".

Atitudinea executivului tânăr faţă de un executiv care se pensionează

Unii oameni tineri, fără să-şi dea seama, se comportă oarecum cu condescendenţă faţă de un executiv mai în vârstă care se apropie de pensionare. Din cauză că această perioadă este, deseori, atât de dificilă pentru executivul care se pensionează, modul în care executivii tineri îi tratează este foarte important. Executivii care se pensionează nu trebuie să fie trataţi cu indiferenţă, ca şi cum "nu ar mai exista". Nu trebuie să fie trataţi ca şi cum ei nu ar mai conta. Uneori, oamenii mai tineri, dornici să urce treptele ierarhiei mai repede, îşi etalează nerăbdarea, manifestându-şi-o deschis faţă de persoanele mai vârstnice din executiv. (Executivii tineri ar trebui să se gândească mereu la faptul că nu după mult timp se vor afla şi ei în aceeaşi situaţie.)

Executivul tânăr inteligent, în loc să ignore un membru din conducerea superioară care se pregăteşte de pensionare, mai bine ar încearca să-l cunoască. Acest eminent pensionar dispune acum de mai mult timp pentru vizite şi pălăvrăgeală. Persoana mai tânără îi face o onoare dacă-i cere sfatul, în particular, sau părerea asupra sensului general în afaceri. Persoana mai tânără culege o cantitate de informaţii foarte valoroase pe care le poate folosi pentru întrega sa viaţă. Acesta este un alt caz în care, prin comportarea grijulie şi politicoasă, dovedeşte că este foarte, foarte inteligent.

Pensionarul plin de tact

Un pensionar trebuie să fie atent la numărul vizitelor pe care le face la fostul său birou. Tentaţia să se tot arate va fi foarte mare, dar trebuie să înveţe să renunţe la ea şi să-şi îndrepte energiile spre alte interese şi spre alţi oameni.

Pensionarul nu trebuie să critice eforturile succesorului său în public, indiferent cât de mult ar dezaproba noul stil al acestuia, comparându-i realizările obţinute cu eforturile depuse.

13

Când un membru al executivului moare

Dacă un membru al executivului moare în timp ce încă mai lucra la companie, aceasta trebuie neapărat să acţioneze ca şi când ar fi din familie, acordând partenerului de viaţă al executivului decedat tot sprijinul necesar. Acesta este, deseori, cazul când nu există membri de familie apropiaţi sau când ceilalţi membri ai familiei sunt la mare depărtare sau dispersaţi.

Ceea ce urmează să facă compania pentru a ajuta familia defunctului, pe lângă alocarea pensiei şi a beneficiilor, hotărăşte conducerea. Cu siguranţă, o companie care manifestă compasiune şi emoţie este admirată de toată lumea din comunitate, precum şi de cei din interiorul companiei.

Compania intră în acţiune când moare un executiv superior

Ce trebuie să facă o companie acasă la cel decedat

- *Un coleg din acelaşi compartiment cu executivul trebuie să meargă imediat la spital sau la casa decedatului pentru a fi cu familia*, până când nu va mai fi necesară prezenţa lui acolo.
- *Executivul companiei respective trebuie să examineze situaţia şi să ofere ajutor* în chestiunile specifice unde este nevoie de el, în absenţa unui membru al familiei capabil să rezolve aceste lucruri. De exemplu:

Copiii mici pot avea nevoie de supraveghere; în acest caz el trebuie să aranjeze acest lucru.

Poate să nu fie nimeni care să răspundă la telefoane, caz în care el trebuie să aranjeze ca cineva (inteligent) să răspundă la apeluri.

Pot fi luate măsuri pentru a fi furnizată mâncarea pentru familia îndoliată.

- Trebuie să aibă grijă să fie anunţat avocatul decedatului.
- Executivul companiei trebuie să se ofere să numească o persoană care să *anunţe pe toţi membrii familiei*, oriunde s-ar afla aceştia.
- Dacă nu există nici un membru din familie care să se ocupe de aceste lucruri executivul companiei trebuie *să se ofere să înlesnească toate aranjamentele funerale*, inclusiv contractul cu pompele funebre, cimitirul şi alegerea sicriului etc.
- Trebuie să se asigure că toţi membrii familiei care sosesc din alte oraşe:

  Deţin informaţii corecte în legătură cu data şi ora înmormântării.

  Dispun de cazare.

  Dispun de transport (dacă au nevoie de el).
- Trebuie să fie sigur că există *cineva acasă care să întocmească o listă* clară a telefoanelor, telegramelor, scrisorilor, florilor, alimentele trimise cadou etc., astfel încât persoanelor respective să li se poată mulţumi mai târziu.
- Trebuie să se ofere *să ajute familia să anunţe decesul la ziare* (să-i ajute să redacteze un text corect şi să-l trimită la ziarul local pentru rubrica respectivă).
- *Executivii şi angajaţii companiei trebuie să facă o vizită familiei în orele de priveghere la domiciliul decedatului.* Cu excepţia executivului care se ocupă de ajutarea familiei, foarte puţini colegi intimi de la birou obişnuiesc să facă vizite familiei acasă. (Vezi şi "Observaţii speciale pentru familiile evreilor executivi sau angajaţi decedaţi" de mai jos). Cei care se duc acasă trebuie să semneze în caietul de primiri cu numele lor întreg (nu "Al Jones", ci "Domnul Albert Jones").

Cu siguranţă, familia trebuie să mulţumească în scris tuturor celor care au făcut o vizită acasă sau au participat la înmormântare sau au telefonat. Dar trebuie să o facă şi pentru cei care au trimis telegrame, flori, daruri în alimente, cărţi de vizită la liturghie, sau scrisori de condoleanţe.

Ce trebuie să facă o companie la birou

- *Să-i anunţe pe toţi angajaţii din birou* şi în cazul în care decedatul face parte din conducerea de la nivel înalt, poate să închidă biroul în ziua înmormântării, în semn de respect.
- *Să dea instrucţiuni celor de la centrala telefonică în sensul că toţi cei care vor telefona din afară*, cum ar fi presa, colegii de afaceri etc., trebuie îndrumaţi spre un birou anume, dar, în acelaşi timp, centralista trebuie să reacţioneze la orice comentarii afective ale celor care sună, spunând ceva de genul: "Da, suntem cu toţi foarte şocaţi de vestea morţii domnului McLean. Un minut, vă rog, vă voi da legătura cu biroul care primeşte apelurile care se referă la decesul domnului McLean."
- *Anunţă pe toţi asociaţii de afaceri ai decedatului din alte oraşe*, prin telefon sau prin telegrame. De asemenea, anunţă toţi directorii din consiliu; celor mai puţini importanţi de pe listă li se poate trimite o telegramă:

Vă informăm cu regret că mult stimatul preşedinte de la Texocon, Fredrik McLean, a încetat din viaţă în mod neaşteptat, din cauza unei pneumonii în dimineaţa zilei de 11 ianuarie la spitalul Maica Domnului din Des Moines. Pregătirile pentru înmormântare au început, dar funeraliile vor avea loc la 14 ianuarie. Detaliile vor fi comunicate când va fi finalizat totul. Văduva McLean este la casa lor din 1400 Plainview Avenue, Des Moines, 0000. Nu sunaţi, vă rog, acasă. Există trei copii sub 18 ani: Louise, Nana şi Anthony.

Gerald Hunt
Vicepreşedinte superior
(000) 000 - 0000

• *Daţi un anunţ la ziar la rubrica pentru afaceri a ziarului local.* Acest anunţ, în general nu este mai mic de o optime din pagină şi poate fi într-un chenar negru. Se poate scrie ceva de genul:

Cu profundă tristeţe anunţăm moartea prietenului şi dragului nostru preşedinte şi şef al executivului, Fredrik McLean, survenită la 11 ianuarie 1986

Executivii şi angajaţii companiei Texocon

Rămâne la latitudinea dumneavoastră să includeţi şi o notiţă cum ar fi: "Din respect pentru memoria celui decedat, birourile noastre vor fi închise vineri, 14 ianuarie."

• Prezintă anunţul de deces familiei şi, dacă îl aprobă, desemnează pe cineva din companie să se ocupe de publicarea lui. Acest lucru trebuie făcut imediat (vezi mai jos).

Anunţul de deces

Într-un oraş mic, dacă o persoană este foarte cunoscută, anunţarea decesului ei va apărea aproape automat. Într-un oraş mare este aproape tot atât de dificil să publici un anunţ de deces, ca şi un anunţ de logodnă. Intr-un oraş mare, reuşeşti să publici numai anunţul de deces al unei persoane remarcabile.

Compania trebuie să aibă un dosar la zi cu biografia şi o fotografie alb negru pentru fiecare dintre membrii executivului. Dacă moartea unuia dintre executivi survine la sfârşit de săptămână, când birourile sunt închise, secretarul executivului sau ofiţerul de serviciu trebuie să ştie cum să amplaseze o copie a biografiei şi o fotografie a respectivului.

Dacă fotografia trimisă la ziar, împreună cu anunţul mortuar, este mai veche de doi ani, trebuie să se scrie data pe spate. Aveţi grijă să includeţi numele şi numărul de telefon al persoanei care poate fi contactată pentru verificarea materialului respectiv.

Lista următoare constituie un ghid în legătură cu informaţiile care trebuie ţinute la zi în dosarele executivilor:

• Nume.
• Adresă.
• Locul naşterii.
• Educaţia, incluzând gradele şi titlurile onorifice.
• Serviciul militar, dacă l-a îndeplinit.
• Titlul actual şi informaţii importante privind cariera din trecut.

- Dacă face parte din consiliul corporaţiei; dacă este membru într-un consiliu al unei companii nonprofit.
- Orice premiu important pe care l-a primit.
- Titluri şi cărţi publicate, piese de teatru, filme etc.

Când survine moartea, persoana care se ocupă de anunţarea decesului în mass-media trebuie să mai adauge şi următoarele date la biografia decedatului:

- Data, locul şi cauza morţii.
- Numele şi gradele de rudenie ale supravieţuitorilor apropiaţi (partenerul de viaţă, copii, părinţi, fraţi şi surori).
- Detalii: dacă se prevede posibilitatea de a aduce un ultim omagiu acasă, înmormântarea sau slujbe în memoria decedatului. Dacă înmormântarea are un caracter restrâns, trebuie să fie menţionat acest lucru (unele ziare sunt de acord, altele nu, cu această informaţie).
- Nume şi număr de telefon al persoanei care poate fi contactată pentru alte informaţii.

Persoana desemnată de companie să publice anunţul mortuar (în general funcţionarul pentru relaţiile cu publicul) trebuie să trimită o copie, scrisă de mână, ziarelor locale şi suburbane, precum şi birourilor Agenţiilor de presă AP (Associated Press) şi UPI (United Press International), câte o copie trebuie trimisă, de asemenea, şi secretarei şi executivului consiliilor de administraţie ale şcolilor şi instituţiilor la care a activat până la deces.

În cazul decesului unui executiv proeminent din zona New Yorkului, trebuie să fie sunat Biroul Metropolitan al ziarului New York Times, care poate desemna un reporter să scrie un articol. (Wall Street Journal nu publică anunţuri de deces.) Majoritatea ziarelor au un dosar al oamenilor importanţi, din zona respectivă, astfel încât atunci când survine moartea unuia dintre ei dispun de date biografice la zi. Un reporter local face, în general, toate eforturile ca să plaseze un anunţ de deces în următoarea ediţie a ziarului. Totuşi, dacă nu este nimeni disponibil să-i răspundă la telefon pentru a-i da informaţiile necesare, este posibil să apară o notă neadecvată.

Să luăm un exemplu fictiv: Fredrik McLean, decedează; anunţul de deces trebuie să fie scris de companie şi un membru apropiat al familiei. Textul poate arăta cam aşa:

> **Fredrik Jon McLean**, preşedintele executivului Companiei Texocon, a decedat brusc în urma unor complicaţii pulmonare, la 11 ianuarie 1986, la spitalul Maica Domnului din Des Moines, la vârsta de 61 de ani. A locuit în acest oraş toată viaţa, a absolvit Academia Deerfield din Massachusetts în 1939 şi Colegiul Kenyon din Ohio în 1943. A servit în Divizia a 9-a Armored, în timpul celui de-al doilea război mondial, obţinând gradul de maior şi a fost decorat cu Inima de purpură şi Steaua de bronz pentru vitejie la Remagen Bridge în Germania. În 1950, cartea lui despre acea bătălie, *Remagen Bridge Revisited,* a fost publicată de compania Norpin, din Dallas. Apoi, în 1960 s-a alăturat companiei Texocon. În 1978 a devenit preşedinte şi patru ani mai târziu a fost făcut preşedinte general şi ofiţer superior. Înainte de moartea sa el activa în consiliile lui General Electric, Warner Communications, First National Bank din Des Moines, Spitalul Maica Domnului, Institutul Internaţional al Educaţiei, Societatea Mondială pentru AnimaleSălbatice. A fost membru în consiliul de administraţie al Colegiului Kenyon.
>
> Domnul McLean lasă în urmă o soţie, fostă Marian Sheehy, două fiice, Louise şi Nana şi un fiu, Anthony. Ceilalţi membri din familie sunt un frate, Ludwig şi o soră, Dorothy McLean Bridwell, amândoi din New York.

Ce trebuie să facă compania în vederea înmormântarii

• *Compania poate trimite flori acasă, la biserică sau la mormânt,* după cum doreşte familia. Alături de flori se trimite o carte de vizită, de culoare albă, al cărei mesaj e scris cu litere negre: "Cu cea mai adâncă durere din partea celor din Texocon."

Plicul care conţine această carte de vizită trebuie să fie adresat foarte simplu: "Funeraliile domnului Fredrik Jon McLean", urmat de adresa la care trebuie trimise florile.

Dacă există vreo îndoială, se ia legătura cu cel care răspunde de telefoane din casa familiei îndoliate şi se întrebă dacă este potrivit să trimiţi flori. De exemplu, la funerariile unui evreu nu se trimit niciodată flori. La un serviciu catolic, sunt permise numai flori din partea familiei şi, probabil, un buchet la altar.

Florile trimise acasă sunt, în general, luate la cimitir.

• *Compania trebuie să faciliteze participarea la înmormântare a oricărui executiv sau angajat,* când înmormântarea este a unui executiv superior.

• *Dacă înmormântarea executivului are loc în alt oraş, trebuie trimis un reprezentant al companiei, de acelaşi grad sau în grad mai mare decât al decedatului,* care să participe la serviciul divin.

• *Cei care participă la înmormântare trebuie să se îmbrace sobru, în haine de culoare închisă.* (Un bărbat trebuie să poarte haină şi cravată - de fapt, costumul lui cel mai închis - iar o femeie trebuie să poarte o rochie sau un costum de culoare închisă.)

Plasatorii şi cei care duc sicriul

În mod special, prietenii bărbaţi sau asociaţii în afaceri ai decedatului sunt rugaţi de familie să facă onorurile purtând sicriul şi să ajute la serviciul funerar de proporţii, la biserică.

Plasatorii ajută la plasarea oamenilor pe scaune (chiar şi la nunţi), folosind un plan desenat al zonelor în care trebuie să stea anumiţi oameni (familia în rândurile din faţă, în partea dreaptă, iar cei care poartă sicriul în primele rânduri din stânga, persoanele cu rang oficial imediat în spatele lor etc.). Plasatorii sunt, de obicei, prieteni mai tineri ai decedatului, tineri executivi de la compania sa sau poate nepoţi şi nepoate sau fini. În mod tradiţional, ei trebuie să fie bărbaţi, dar nu există nici un motiv de a refuza vreunul din sexe dacă doreşte să servească drept plasator sau purtător al sicriului.

La înmormântările creştine, patru din zece oameni care duc sicriul, sau îl escortează onorific, în biserică şi când se iese din biserică, se aşază într-o formaţie de doi câte doi. Dacă sicriul este deja aşezat în faţa altarului, oamenii care poartă sicriul intră în biserică exact înainte de a începe slujba şi se aşază în primele rânduri, la stânga, vizavi de familie. Aceşti oameni care poartă sicriul sunt onorifici - ei nu o fac la modul propriu (casa de pompe funebre dispune de oameni speciali pentru acest lucru). De obicei, sunt prezenţi acolo ca să simbolizeze distincţia unei mari personalităţi care a realizat foarte mult în viaţă. Purtătorii de sicriu onorifici sunt personalităţi cum ar fi şefii unor companii, directori de muzee, doctori, distinşi avocaţi, profesori etc.

În "vremurile vechi", cei care purtau sicriul erau îmbrăcaţi în costume de doliu, dar azi plasatorii ca şi purtătorii sicriului se îmbracă într-un costum negru cu o cămaşă albă şi o cravată neagră sau de culoare mai închisă.

Când nu există purtătorii de sicriu onorifici, plasatorii merg doi câte doi şi se aşază în primele rânduri la stânga, exact înainte de începerea slujbei. Când există oameni care să poarte sicriul, plasatorii, după ce şi-au terminat îndatoririle, se aşază în partea din spate a bisericii.

Este o onoare deosebită să fi rugat de familia unui decedat să serveşti ca plasator sau ca purtător onorific de sicriu. Este o onoare pe care cineva nu trebuie s-o refuze decât dacă are un motiv extrem de întemeiat.

Elogiul

Familia poate să roage un coleg apropiat al executivului decedat să spună câteva cuvinte elogioase la adresa celui dispărut, la ceremonia funerară sau la ceremonia de comemorare. Un elogiu bine pregătit, plin de compasiune, trebuie să menţioneze membrii apropiaţi ai familiei şi trebuie să fie:

- Scurt (să nu dureze mai mult de şapte minute)
- Respectuos
- Spus cum trebuie, tare şi pronunţat clar
- Afectuos, presărat cu puţin umor şi anecdote bune
- Să descrie moştenirile pozitive lăsate de decedat.

Executivul care face elogiul trebuie să-şi exprime propriile sentimente faţă de colegul decedat şi să explice de ce acea persoană era atât de îndrăgită şi apreciată de asociaţii ei. Următorul fragment aparţine unui elogiu rostit în mai 1983 de către David Bathurst (pe atunci preşedinte al Companiei Christie din New York şi acum preşedinte al Consiliului de administraţie al Companiei Christie din Anglia) la serviciul comemorativ al lui Jane Cohler, care fusese vicepreşedinte pentru relaţiile cu publicul şi comunicaţii. După ce a vorbit despre pierderea pe care au resimţit-o cu toţii şi despre contribuţiile numeroase ale doamnei Cohler la compania Christie, domnul Bathurst a încheiat pe o elocventă notă de omagiu:

> "Mult mai importante decât acestea, după părerea mea, erau calităţile ei de persoană veselă şi efectul pe care caracterul ei îl avea asupra celor din jur. Ea a consacrat companiei Christie o bună parte din timpul ei nepreţuit, implicându-se total, iar nouă, colegilor, ne-a oferit o adevărată cascadă din dragostea ei de viaţă. Apoi a venit propria ei criză majoră şi demnitatea ei a crescut o dată cu adversitatea ei faţă de boală. Era respectată şi iubită de toţi cei din interiorul companiei şi mai vreau să adaug că ea se bucură acum de admiraţia noastră profundă."
>
> .

Ce face compania după înmormântare

Compania ţine propriul ei serviciu de comemorare

Când înmormântarea unui executiv deosebit de popular a avut loc într-un alt oraş, compania poate să-l onoreze mai târziu la locul lui de muncă, printr-o comemorare, organizată pentru toţi angajaţii companiei. De vreme ce ocazia este

mult mai importantă dacă participă şi membrii familiei decedatului, data şi ora când se face comemorarea trebuie să fie stabilite de familie.

Comemorarea nu trebuie să fie lungă şi foarte elaborată. Cunosc una care a fost ţinută la complexul unei fabrici, unde un membru al Consiliului de administraţie a ţinut un necrolog de trei minute, după rugăciunile de deschidere ţinute de preot. El a trecut în revistă într-o manieră plină de afecţiune, având o notă amuzantă, cariera executivului defunct. Ceilalţi care au mai vorbit, câteva minute fiecare, au fost un şef de atelier al fabricii care lucrase sub supravegherea executivului timp de douăzeci şi opt de ani, secretara şi şoferul lui de foarte mult timp, un emigrant grec ai cărui copii fuseseră trimişi la colegiu de cel decedat. Comemorarea s-a încheiat cu un imn religios, cântat de o muncitoare a fabricii. Această ceremonie a durat douăzeci de minute şi a reunit toţi angajaţii pentru a aduce un ultim omagiu omului pe care l-au admirat cu sinceritate şi pe care l-au respectat şi care preţuia mult mai mult decât banii pierduţi de companie cu această întrunire.

O carte de liturghie: Un gest pentru o familie catolică

Dacă executivul decedat a fost un pios catolic, ar fi foarte potrivit din partea colegilor lui să trimită familiei o carte de liturghie în loc de flori. Aceasta se poate obţine de la orice preot din parohie, care notează pe carte data şi ora la care va avea loc slujba pentru cel decedat. Cartea pusă într-un plic se pune la poştă sau se înmânează direct familiei. In mănăstiri, maicile au de asemenea "cărticele novena" (novena - la catolici - carte de rugăciuni - pentru 9 zile), asigurând familia cu numeroase rugăciuni care vor fi făcute pentru decedat în mănăstirea lor.

Deşi nimeni nu este obligat să facă o donaţie pentru o carte de liturghie sau o carte novena, majoritatea oamenilor o fac (de la 5 la 25 de dolari, în bani gheaţă sau în cec). Ei înmânează donaţia într-un plic preotului sau maicii. Acest gest înlocuieşte trimiterea florilor pentru înmormântare.

Când o liturghie este special organizată de un prieten, în memoria executivului decedat, este deosebit de frumos dacă un membru al familiei poate fi prezent la acea liturghie.

Obiceiuri speciale pentru familiile executivilor sau angajaţilor evrei decedaţi

Când moare un executiv sau un angajat evreu, un gest potrivit pe care poate să-l facă corporaţia este să trimită un coşuleţ cu fructe familiei decedatului sau să facă o donaţie unei organizaţii de caritate (de preferat uneia care se leagă de interesele decedatului).

Angajaţii companiei, care erau apropiaţi de cel decedat, trebuie să facă o vizită de condoleanţe în casa în care familia "stă shivah" (respectând perioada de şapte zile de bocet cu care familiile onorează plecarea dintre ei a celor iubiţi). În asemenea vizite este tradiţional să aduci daruri în alimente, fiindcă celor în doliu nu le este permis să facă nici o muncă în această perioadă. O persoană trebuie să aducă mâncare cuşer (sau fructe) dacă familia respectă legile tradiţionale sau dacă vizitatorul nu cunoaşte regula privind dieta impusă de practicile religioase.

O scrisoare de condoleanţe este întotdeauna potrivită, în special cea trimisă de un asociat de afaceri apropiat care nu poate să facă o vizită de condoleanţe.

O donaţie făcută unei instituţii nonprofit "în memoria lui"

Uneori familia include în anunţul decesului publicat în ziar instrucţiunile: "În loc de flori se pot trimite donaţii la Societatea Americană pentru Studierea Cancerului" înţelegând prin aceasta că cei care vor să trimită flori la înmormântare pot trimite în schimb un echivalent în bani, dacă doresc, la Societatea Americană pentru Studierea Cancerului.

De asemenea, colegii executivului decedat se pot aduna şi pot stabili cărei societăţi de caritate vor să-i facă o donaţie în memoria prietenului lor. În cazul decedatului Fredrik Jon McLean, de exemplu, colegii lui - cunoscându-i dragostea pentru operele de caritate - au trimis un cec Colegiului Kenyon, în numele lui. Aceasta dă naştere unui şir de probleme legate de regulile etichetei. De exemplu:

- Grupul care face donaţia va trimite un cec preşedintelui Colegiului Kenyon
- Preşedintele Colegiului Kenyon le va scrie o scrisoare de mulţumire şi confirmare
- Preşedintele Colegiului Kenyon va scrie o scrisoare familiei McLean, informând-o despre darul primit
- Un membru al familiei McLean va scrie o scrisoare unuia dintre donatori, mulţumindu-i lui şi întregului grup din partea familiei.

Aceasta poate să pară ca o afacere în care este foarte mult de scris, dar aşa se cuvine. În plus, este un mod eficient de a te ocupa de o problemă şi a aprecia un gest aşa cum trebuie.

Organizarea unei comemorări

Din când în când, în numele celui drag, familia, prietenii tăi şi colegii de afaceri organizează o comemorare. Direcţiunea va aduce o contribuţie din partea corporaţiei la această comemorare, pentru executivul lo;, contribuţii pot fi făcute şi de angajaţi dacă doresc. (Oricum, nu trebuie să li se ceară.) Când angajaţii iniţiază un proiect de comemorare pentru unul din colegii lor, se obişnuieşte ca şi conducerea să-şi aducă contribuţia. Trebuie trimisă familiei o listă cu numele celor care au contribuit la comemorare.

O comemorare trebuie să servească interesele şi concepţia persoanei pentru care a fost făcută. Fondurile colectate pot fi folosite pentru a plăti educaţia copiilor decedatului care nu sunt încă la colegiu; în folosul cercetării bolii din cauza căreia a decedat; pentru cumpărarea unor cărţi noi la biblioteca locală sau pentru un echipament de care este urgentă nevoie la spitalul la care a murit el.

Nimeni din birou, executiv sau angajat, nu trebuie să se simtă obligat să contribuie la orice gen de fond pentru comemorare. Acest lucru trebuie făcut în linişte şi în anonimat.

Legătura cu partenerul de viaţă supravieţuitor

Chiar dacă familia decedatului doreşte să nu fie trimise flori la înmormântare, aceasta nu înseamnă că florile n-ar fi potrivite pentru o întâlnire după un anumit

timp. De exemplu, un membru al Consiliului de administraţie poate trimite văduvei unui executiv un buchet de flori la câteva săptămâni după înmormântare, cu un bilet în care s-o întrebe "cum se descurcă" şi să-şi exprime îngrijorarea pentru ea. Acest gen de gesturi este foarte important - de a-i reaminti celui care a supravieţuit că familia lui nu a fost uitată.

Colegii fostului executiv trebuie să o sune pe văduvă, pe rând, o dată sau de două ori pe lună, şi s-o întrebe dacă are nevoie de ceva. Evident, acelaşi protocol se aplică şi dacă decedatul este o femeie. Soţul trebuie să fie acela care să simtă grija celor din jurul lui pentru el.

Omagii publicate la adresa executivului defunct

Un omagiu în buletinul de ştiri sau în revista companiei

Un executiv important merită un omagiu special din partea companiei atunci când moare. Iată un exemplu de omagiu cald şi plin de afecţiune din partea unui redactor şef, pentru fostul său reporter. Geoffrey Precourt (fostul redactor al revistei ADWEEK - o revistă de publicitate în domeniul comerţului) a scris în 11 ianurie 1982, într-un supliment al revistei despre tânărul său redactor, Alan Frank, care murise cu o săptămână înainte:

Alan Frank: omagiu

Alan Frank, colegul nostru, a murit săptămâna trecută după o lungă suferinţă.

Chiar dacă sunt luni de când a intrat în spital, este dificil să ne imaginăm birourile revistei ADWEEK fără el... în special gândindu-ne că e mort. Era un vulcan de energie, terorizându-i pe cei recalcitranţi, bătând încontinuu la maşina de scris, excelând în nenumăratele sale "reportaje de senzaţie". Şi-a servit cititorii cum trebuie.

Puţini oameni sunt atât de fascinaţi de industria de reclamă cum a fost Al. El cunoştea oamenii potriviţi de la agenţiile de pe cuprinsul întregii ţări şi desigur ştia cum să-şi folosească relaţiile pentru a publica lucruri noi. Nimeni nu făcea această treabă mai bine decât el.

Niciodată nu se oprea din a pune întrebări. Niciodată nu se oprea din a verifica. Se ascundea câte o poveste în spatele fiecărei schimbări de personal, o poveste în explicarea oricărei schimbări. El continua să meargă înainte până când avea toate răspunsurile.

Nu era cel mai uşor lucru să te împrieteneşti cu el. Totuşi, numeroşi oameni din sfera afacerilor de publicitate îi vor simţi lipsa şi felul de a munci. Stilul lui inspira respect. Şi acel respect dădea naştere prieteniei. Oamenii ştiau că lui îi pasă.

Îi păsa de publicitate, îi păsa de revista ADWEEK. De asemenea îi păsa de familia lui. Vara trecută, Barbara şi Alan şi-au dublat numărul copiilor cu gemenii: Joseph Cortlandt Frank şi Lucas Alan Frank. Chiar înainte de Crăciun, Alan ne anunţa "la numai cinci luni micii derbedei fac deja cântarul să se încline la 18 - $18^{1/2}$ pounds fiecare, au crescut cu aproximativ $26^{1/2}$ inches în înălţime şi dau semne de nerăbdare să meargă".

În acelaşi bilet, Al ne-a oferit şi o dovadă de uşoară zeflemea: "Din nefericire, nu prea mai am informaţii să vă dau, pentru că Aberdeen (Casa din New Jersey a lui Al şi Barbara) nu prea mai este acum ceea ce aţi numit "Mecca publicităţii mondial". El semna mesajul din vacanţă: "De la cineva care a fost acolo.".

S-ar putea ca Al să-şi fi petrecut ceva timp bătând maidanele suburbane ale oraşului New Jersey pentru a afla noutăţi pentru publicitate. Era în elementul lui. El fusese acolo. La 30 de ani avea o viaţă plină de contacte şi bogată în informaţii. Era un reporter dur, puternic şi îndrăzneţ. Era un om dur, puternic, îndrăzneţ, dar şi amabil.

Acesta este probabil modul în care ar fi vrut să ne amintim de el.

Un omagiu în raportul anual

Raportul anual este o altă modalitate în care moartea unui executiv important poate fi subliniată. Compania Levi Strauss a făcut acest lucru în 1979, cu mult stil, în textul de deschidere al raportului anual:

> "Pentru Compania Levi Strauss, anul 1979 a fost un an de mari realizări şi profundă tristeţe... Tristeţea a început, devreme, în decembrie, o dată cu trecerea în nefiinţă a doi executivi, care de aproape 50 de ani au demonstrat valori umane şi standarde de afaceri excelente, care au condus compania spre succes. Ei se numeau Walter A. Hass, Sr., preşedinte onorific al Consiliului de administraţie şi Daniel E. Kashland, preşedinte onorific al comitetului executiv...".

Raportul continuă cu mesaje de afaceri ale acţionarilor, urmate de o pagină întreagă de omagii aduse lui Walter Hass şi Daniel Koshland, incluzând un rezumat al eforturilor făcute de cei doi pentru promovarea bunăstării grupurilor minoritare într-un moment când asemenea implicări erau relativ necunoscute în Statele Unite pe scena afacerilor.

Deşi acest gen de omagiu se referă la un individ, el este în acelaşi timp relevant pentru trăsăturile fundamentale ale companiei însăşi.

Menţionarea în procesul verbal încheiat cu ocazia întâlnirii directorilor

După moartea unui membru superior al direcţiunii sau a unui membru al Consiliului de administraţie, este necesar ca cineva să citească, în timpul şedinţei, un omagiu adus decedatului. Această declaraţie poate fi dactilografiată sau scrisă caligrafic şi înrămată, iar după aceea trimisă familiei şi celor apropiaţi lui. Este o mărturie care să le amintească viitoarelor generaţii despre distincţia şi realizările acestei persoane.

Când un executiv moare fiind la post în străinătate

Corpul unui angajat care moare "la post" în altă ţară este, de obicei, adus în ţara sa pentru a fi înmormântat. Dacă familia este de acord, compania trebuie să organizeze un serviciu simplu de comemorare în oraşul unde a survenit moartea.

Consulatul american trebuie să acorde ajutorul necesar pentru transportarea corpului în Statele Unite. Corporaţia trebuie să suporte serviciul de comemorare din

străinătate, să elibereze casa angajatului ei din ţara străină şi să readucă toate lucrurile personale în Statele Unite, şi să suporte costul transportului corpului neînsufleţit al membrului din executiv şi cele ale familiei lui.

Este foarte frumos din partea directoratului să invite membrii familiei defunctului, la întoarcerea în ţară, la un prânz în sala de dineuri a executivului, ca un mic gest prin care compania le împărtăşeşte durerea.

Când un exectuiv moare în străinătate, corporaţia trebuie să trimită un necrolog şi o fotografie a respectivului la ziarele din oraşul în care executivul a murit, ca şi la ziarele locale, unde îşi are sediul corporaţia.

Scrisori de condoleanţe

Este foarte amabil din partea colegilor unui executiv decedat să scrie soţiei şi familei din partea tuturor, de la recepţioner până la Consiliul de administraţie. O bună scrisoare de condoleanţe arată nu numai sentimentele de tristeţe şi de laudă la adresa decedatului, dar şi oferta de ajutor celor din familia defunctului. O scrisoare de condoleanţe scrisă cum trebuie este păstrată cu grijă, trecând de obicei din generaţie în generaţie

Trimiterea de flori la o înmormântare sau participarea la o înmormântare nu înlocuieşte scrisoarea de condoleanţe. Scrisoarea - sau o mică notă - trebuie trimisă, orice alt gest ai mai face.

O scrisoare de condoleanţe trebuie scrisă de mână, cu cerneală neagră, pe o coală de hârtie cu antetul personal, de bună calitate (dar decât să nu scrii deloc, mai bine foloseşte papetăria biroului, dacă nu o ai pe a ta). În cazul în care caligrafia ta este total ilizibilă (ca a mea), bate-ţi scrisoarea la maşină.

Scrisoarea de condoleanţe de la un executiv către mama unui coleg necăsătorit

Lasă-l pe cel în doliu să ştie:

că se ştie ce pierdere groaznică a suferit....

dar lucrurile se vor îmbunătăţi

Menţionează relaţiile tale cu decedatul şi laudă-l.

Dragă doamnă Jenkins:

Am auzit de moartea lui Ritch abia ieri şi am fost foarte şocaţi să aflăm că cineva atât de tânăr, atât de puternic fizic, plin de energie şi binecuvântat cu dragostea de viaţă a putut fi lovit atât de tragic de un atac de inimă.

Ştim cât de grea este pierderea pentru dumneavoastră şi pentru copiii dumneavoastră. Când unul dintre fraţii mei a murit la vârsta lui Ritch, familia a simţit ca şi cum întreaga ei structură se dezintegra pentru totdeauna. Din fericire, viaţa într-adevăr merge înainte, în timp ce familia începe să se readune din nou. Veţi realiza că spiritul lui Ritch vă va ajuta să vă susţineţi unii pe alţii în durere.

Ritch era favoritul tuturor celor din companie cu care intra în contact. Personalul meu şi cu mine ne bucuram de vizitele lui periodice în compartimentul nostru. Avea un zâmbet cald, glumeţ, un dezvoltat simţ

al umorului şi manifesta interes faţă de ceilalţi oameni, ceea ce reprezenta un mare avantaj pentru cariera lui. Eu personal îi voi simţi lipsa atât ca prieten, cât şi în calitate de partener de afaceri.

Spune cât de mult îţi va lipsi

Vă rog anunţaţi-mă dacă vă pot ajuta cu ceva; mi-ar face mare plăcere să vă stau la dispoziţie şi, dacă veniţi în oraşul nostru, sper că mă veţi anunţa ca să vă pot invita la un prânz în sala de mese a companiei, unde cinam deseori eu şi Ritch.

Oferă-ţi serviciile familiei

Vă păstrăm în gândurile şi în rugăciunile noastre pe dumneavoastră şi familia dumneavoastră.

Cu sinceritate al dvs.,

Scrisoarea de condoleanţe a unui angajat către familia executivului

Dragă doamnă McLean,

Condoleanţele mele cele mai profunde se îndreaptă spre dumneavoastră şi spre fiecare membru al familiei dumneavoastră în acest moment de durere îngrozitoare. E greu să exprim în cuvinte cât l-am admirat pe soţul dvs. Ca preşedinte al secţiei de corespondenţă îl vedeam destul de des. Avea obiceiul să-şi bage capul pe uşă în timp ce mergea spre camera Consiliului de administraţie şi să mă întrebe zâmbind: "Cum mai merg treburile astăzi în nucleul acestei organizaţii?".

Nu a existat niciodată un funcţionar executiv principal care să arate mai mult interes pentru angajaţii săi decât el, nici chiar funcţionarii superiori. Ne făcea să simţim că facem parte din echipă. Ne ştia numele (inclusiv pe al meu) şi ne uitam toţi la el ca la un lider şi gentleman.

Toţi cei din biroul nostru mi se alătură în rugăciunile şi condoleanţele rostite din toată inima. Doamnă McLean, îi vom simţi veşnic lipsa celui care a fost McLean.

Cu sinceritate,

Scrisoare de condoleanţe pentru cetăţenii unei ţări străine al cărei lider a murit

Când şeful unui stat sau orice lider iubit dintr-o ţară în care compania ta face afaceri moare, trebuie imediat să fie anunţată moartea lui şi să acţionezi după aceea.

Trimite un mesaj prin telex, fax la toate birourile şi filialele tale din ţara respectivă, exprimând condoleanţe direcţiunii şi angajaţilor locali ai companiei. Dacă scrii o scrisoare unui coleg din ţara respectivă, în timpul săptămânilor următoare, nu uita să incluzi şi o notă scurtă, scrisă de mână: "cât de întristaţi suntem cu toţii pentru ţara ta care trece prin aceste zile atât de dificile...". Când moare un lider străin sau un monarh, poporul din acea ţară simte, de obicei, pierderea lui pentru foarte mult timp.

Este un gest plin de curtoazie din partea unui executiv să ia legătura cu ambasada sau consulatul ţării respective din oraşul său. Reprezentanţii diplomatici,

pun de obicei, o carte de ceremonial la recepţia biroului respectiv. Diplomaţii, prietenii şi asociaţii de afaceri din ţara respectivă trec pe acolo pentru a semna în acea carte în semn de respect şi de doliu. Cartea este, eventual, trimisă oficialităţilor ţării străine, pentru ca ei să ştie cine a adus omagiu liderului lor.

O notă personală: scrisoare de condoleanţe de la un fost executiv superior către familia altui executiv superior

Recent când tatăl meu, H. Malcolm Baldrige, a murit, la vârsta de 90 de ani, fraţii mei (Mac, Bob) şi cu mine am primit minunate scrisori de condoleanţe. Nu mulţi dintre cei care ne-au scris fuseseră colegii tatălui meu, pentru că foarte puţini dintre aceia mai erau încă în viaţă, dar una din scrisorile cele mai optimiste pe care am primit-o a fost de la Alton Hyatt, un coleg de clasă de-al tatei, din 1918, de la Yale. (Dacă învăţaţi cum să scrieţi o bună scrisoare de condoleanţe, nu aveţi idee cât de mulţi ochi o vor citi).

Dragi copii ai lui Malcolm Baldrige,

Ca secretar al clasei, promoţia din 1918, vă scriu această scrisoare pentru a-mi exprima sincerele condoleanţe în privinţa morţii tatălui vostru. N-au mai rămas în viaţă decât 30 dintre noi, care ar putea să exprime condoleanţe în această scrisoare, dar sunt sigur că întreaga clasă care a fost la început compusă din 400 de persoane ar fi dorit să ni se alăture dacă ar mai fi fost printre noi.

Era un lucru bine cunoscut de noi că Mac era într-adevăr un membru remarcabil al clasei noastre. Nu numai că era un mare atlet, repurtând succese atât în fotbal, cât şi în luptele greco-romane, dar avea şi o personalitate nemaipomenită, subliniată perfect de o statură impresionantă şi o voce deosebită. Serviciile lui publice, de-a lungul întregii lui vieţi, au fost de cea mai înaltă claritate şi n-am auzit niciodată să se spună un cuvânt împotriva lui.

Am petrecut multe clipe bune împreună şi era întotdeauna o plăcere să-l vezi la prânzurile clasei, promoţia 1918, la Mory's în New Haven.

Cu multă admiraţie pentru un remarcabil coleg de clasă,

/s/ Alton R. Hyatt

Recunoştinţa pentru exprimarea simpatiei

Familia este recunoscătoare prietenilor şi colegilor pentru gesturile lor

Când moare o persoană proeminentă ca în exemplul cu Fredrik McLean, există o inevitabilă avalanşă de scrisori (uneori sute de scrisori şi telegrame) şi telefoane, flori, donaţii făcute în memoria decedatului. Devine dificil să-i trimiţi fiecărei persoane o notă de mulţumire pentru simpatia manifestată. O carte de vizită gravată sau imprimată poate fi trimisă fiecăruia, răsplătind gestul individual de solidaritate în durerea respectivă, într-o manieră generală, cum ar fi următorul mesaj gravat sau imprimat pe o carte de vizită albă cu chenar negru:

Familia decedatului Fredrik McLean vă rămâne extrem de recunoscătoare pentru condoleanţele pe care le-aţi exprimat. Ne vom aduce aminte mereu de amabilitatea dumneavoastră.

Este mult mai amabil, desigur, dacă un membru al familiei personalizează cartea de vizită scriind o propoziţie sau două de mână, cu semnătura dedesubt. O propoziţie sau două vor fi de ajuns, menţionând simpatia celui care expediază cartea de vizită:

Mulţumim că aţi venit la înmormântare. Fred vorbea întotdeauna cu multă afecţiune despre dumneavoastră.

Mulţumim că aţi venit la capelă. E ca şi când v-am fi cunoscut de mult pentru că Fred întotdeauna vorbea despre dumneavoastră.

Florile dumneavoastră au fost deosebit de frumoase şi cartea dumneavoastră de vizită a fost foarte amabilă.

Suntem extrem de impresionaţi de generoasa dumneavoastră donaţie făcută Colegiului Kenyon. Ştiţi cât de mult ţinea Fred la acest colegiu. Vă mulţumim cu toţii foarte mult.

Dacă executivul care moare nu este o persoană foarte cunoscută, lista celor care îşi vor exprima compasiunea nu va fi lungă şi de aceea nu este necesar să comanzi cărţi de vizită de recunoştinţă şi mulţumire pentru cei care ţi-au prezentat condoleanţe. Un membru al familiei trebuie să scrie o scurtă notă pentru a mulţumi fiecărei persoane (în timp de maximum trei luni):

... Aţi fost foarte drăguţ că ne-aţi adus acel minunat coş cu fructe. Întreaga familie s-a bucurat de el.

Ne descurcăm destul de bine, având în vedere pierderea grea pe care am suferit-o. Ştiind că avem prieteni ca dumneavoastră, ne ajută să supravieţuim. Vă mulţumesc, Richard.

Mulţumiri aduse de familie companiei, pentru gesturile făcute

Când o companie are un rol activ în ajutorul dat familiei decedatului, cineva din familie trebuie să scrie preşedintelui companiei, mulţumindu-i în numele familiei. În cazul lui Fredrik McLean, văduva sa trebuie să scrie executivului care se ocupă temporar de companie:

... Nu vă puteţi imagina cât de recunoscătoare este întrega noastră familie companiei pentru lucrurile frumoase şi amabile pe care le-a făcut pentru noi. Din primul moment, de când am aflat vestea morţii lui Fred, zilele au devenit triste şi confuze; mă tot gândeam şi plănuiam cum să aibă loc înmormânarea. Nu ştiu cum ne-am fi descurcat fără ajutorul dumneavoastră. Fiecare gest plin de grijă a însemnat foarte mult pentru noi, inclusiv faptul că aţi imprimat elogiul adus de copii tatălui lor şi acum avem o preţioasă amintire de familie pentru generaţiile viitoare.

Sper că aţi observat minunatul coş cu liliac din partea angajaţilor de la Texocon care era aşezat exact lângă sicriu, unde a fost văzut şi admirat de toţi. Şi trebuie să vă mulţumesc din nou pentru trimiterea excelentei dumneavoastră secretare care, în primele două zile, a răspuns la telefoane pentru noi. Aceasta a permis secretarei lui Fred să ne însoţească, ca membru al familiei şi să împartă durerea cu noi. Aţi făcut ca totul să fie mult mai uşor pentru noi. Recunoştinţa noastră nu va putea fi niciodată exprimată cum trebuie în cuvinte.

Sunt sigură că ştiţi cât de mult a ţinut Fred la această companie şi cât de mândru ar fi fost văzând că Texocon s-a comportat, într-un moment de criză, atât de minunat cu familia lui.

Acest gen de scrisoare din partea soţiei defunctului membru al Consiliului de administraţie trebuie publicată, cu permisiunea ei, în buletinul companiei pentru aducerea la cunoştinţa angajaţilor.

14

O companie își sărbătorește aniversarea

O companie, indiferent de dimensiuni, trebuie să acorde o atenţie deosebită celebrării unei aniversări importante pentru că aceasta este o ocazie perfectă de a reaminti publicului, presei şi angajaţilor realizările şi aspiraţiile de viitor. Profitul unei aniversări bine organizate constă în următoarele:

- Un moral mai bun al angajatului
- O creştere a interesului angajatului pentru muncă
- O imagine mai bună şi mai şlefuită a companiei în cadrul comunităţii
- Facilitează căutarea produselor şi serviciilor companiei
- *Creşte volumul şi valoarea vânzărilor.*

Aniversările cu adevărat importante sunt cele de zece, douăzeci şi cinci, cincizeci, şaptezeci şi cinci, o sută de ani şi la fiecare douăzeci şi cinci de ani după aceea. Dacă o companie are un motiv foarte serios pentru a celebra o aniversare în afara celor menţionate mai sus (cum ar fi de exemplu pentru a se face cunoscută publicului sau pentru stimularea moralului angajaţilor), trebuie, desigur, să o facă. Primele patru aniversări nu cer atenţie din partea publicului, dar ele trebuie să fie

făcute în interiorul casei, dacă nu pentru alt motiv, măcar pentru marcarea supravieţuirii companiei şi rămânerii ei în circuitul afacerilor. (Consiliul de administraţie poate să plaseze un mare buchet de flori la intrarea în companie şi să facă să circule un memoriu în rândul angajaţilor, amintindu-le de data aniversării şi mulţumindu-le "pentru aportul lor la progresul companiei".). A cincea aniversare, deşi nu este majoră pentru public, este totuşi îndeajuns de importantă pentru a fi sărbătorită de companie şi de clienţii ei.

Rolul angajaţilor în celebrarea unei aniversări este suprem. Majoritatea directorilor nu au aşa-numitul "noblesse oblige" (nobleţea obligă) a Consiliului de administraţie de la Gubelin, ceasornicar şi bijutier elveţian, care la cea de-a o sută douăzeci şi cincea aniversare a companiei lui i-a dus pe toţi angajaţii americani, de la curier până la directorul general, în Elveţia, pentru o săptămână, timp în care s-a desfăşurat sărbătorirea (unii dintre ei nu fuseseră până atunci nici măcar în afara celor cinci districte ale New Yorkului).

Este important, într-un an aniversar, să priveşti înainte la ceea ce va face compania între momentul de faţă şi viitoarea ei aniversare. În această eră de fuziuni şi achiziţii, acest lucru poate fi dificil. Multe dintre cele mai vechi companii ale Americii au fuzionat, apărând noi identităţi. Dacă o companie trece printr-un proces de fuziune, este ideal ca cineva din partea noii corporaţii să aibă simţul istoriei şi să amintească evoluţia companiei care dispare, astfel încât să dea posibilitatea noii corporaţii să-şi sărbătorească rădăcinile de la începutul mândru al tuturor diviziunilor sale.

Plănuind o sărbătorire

O celebrare cu succes a aniversării unei companii presupune o planificare foarte atentă. O companie mică trebuie să înceapă acest lucru cu un an înainte; o corporaţie mare trebuie să înceapă această acţiune cu cel puţin trei ani înainte, (Costurile totale ale celebrării unei mari aniversări nu vor aduce multe prejudicii dacă vor fi amortizate în decurs de patru ani - cu trei ani înainte de aniversare şi anul aniversării propriu-zise.).

Coordonarea planurilor trebuie să-i fie încredinţată unei persoane din cadrul companiei. O corporaţie mare s-ar putea să aibă nevoie să angajeze o firmă din exterior pentru a se ocupa de acest proiect. Primul pas care trebuie făcut după numirea unui executiv coordonator, din cadrul companiei, pentru această aniversare (şi, dacă este posibilă, angajarea unei agenţii din exterior) este de a-i implica pe angajaţi. Cu trei ani înainte de data aniversării ei, angajaţii trebuie să fie rugaţi să dea sugestii scrise privind modul în care cred ei că ar fi mai bine să fie celebrat acest eveniment. Ar trebui să existe o competiţie cu premii care să răsplătească cele mai bune idei.

Ţineţi-i pe angajaţi la curent cu activităţile de planificare prin buletinul companiei sau prin revista acesteia.

Apelând la nostalgie

Este imposibil să treci cu vederea aspectele nostalgice din istoria companiei tale când plănuieşti celebrarea unei aniversări. Ceva din trecut, care are legătură cu

oamenii sau cu mediul în care trăiesc, are inevitabil un impact şi asupra intereselor lor. O subliniere a unui "an de odinioară" este un mod nemaipomenit de a-i face pe oameni să se simtă bine în companie. Unele dintre cele mai mari corporaţii din America deţin tezaure de fotografii şi diferite amintiri din trecutul lor. Când compania Ford, de exemplu, îşi sărbătoreşte aniversările, sunt republicate vechile fotografii din arhive: Henry Ford şi acţionarii lui iniţiali stând în faţa bazinului carbonifer din Detroit în 1903, arătând ca nişte tipi duri dintr-un film western; fotografia faimoaselor maşini vechi cu şoferi purtând şapcă, mustăţi răsucite şi gulere albe apretate şi femeile-pasagere cu mantale de călătorie care le apără de praf şi cu pălării mari, şic, la care sunt prinse eşarfe din şifon, legate sub bărbie. Firma Procter & Gamble poate să rediteze posterele sale din secolul al XIX-lea pentru vânzarea săpunului. Un poster în valoare de un milion de cuvinte îl arată pe James Gamble în laboratorul lui în anul 1878, muncind la formula magică a săpunului Ivory, din care milioane de bucăţi aveau să fie vândute în următoarea sută de ani.

Majoritatea companiilor americane nu au arhive atât de bogate din care să-şi extragă materialele. Multe nici nu sunt chiar atât de vechi. Totuşi există un interes faţă de istoria primului local al companiei, faţă de preţurile primelor produse, de acum 25 de ani şi preţul serviciilor ei de acum zece ani sau cum arătau şi se îmbrăcau acum zece ani executivii şi angajaţii companiei. Poţi să faci din trecutul companiei tale, oricât de scurt ar fi el, punctul central al fotografiilor şi anecdotelor din presă şi baza decorurilor pentru o petrecere aniversară.

Cu cât poţi să compari mai mult afacerile tale de acum zece ani cu cele de astăzi, cu atât devii mai interesant pentru reporterul unui ziar.

Nota nostalgică este cheia succesului în celebrarea aniversărilor, dar nu uita nici prezentul şi nici viitorul. O companie nou înfiinţată trebuie să înceapă imediat să-şi întocmească o arhivă (din care să poată extrage aspectele trecutului când va veni momentul celebrării unei aniversări importante).

Durata celebrării unei aniversări

Aniversarea unei companii mici poate fi celebrată într-o zi; aniversarea unei companii de dimensiuni medii poate să aibă loc în două sau trei zile de evenimente deosebite; aniversarea unei corporaţii de dimensiuni mari poate fi programată în decursul unui an întreg, cu manifestări în fiecare oraş sau regiune, unde compania are birouri sau filiale.

În loc de o celebrare plicticoasă la care s-au făcut foarte multe repetiţii obositoare, planificarea trebuie să se concentreze cu multă atenţie asupra evenimentelor care se desfăşoară în perioade foarte scurte de timp, apoi compania trebuie să-şi îndrepte atenţia spre alte proiecte.

O companie cu o aniversare importantă ca "Aniversarea de aur" (a 50-a) trebuie să marcheze evenimentul şi prin grafica folosită de companie acel an: papetăria ei, toate reclamele publicitare, chiar embleme, suplimentare ale companiei pentru anul respectiv, plasate pe spatele camioanelor companiei, pe uşile din faţă ale principalelor birouri etc. Acest gen de memento vizual este foarte eficient; nu este însă cazul ca la fiecare petrecere sau eveniment special din cursul anului respectiv să pui o etichetă cu "Aniversarea de aur". Ce este prea mult strică!

Amploarea celebrării potrivit vârstei companiei

A cincea aniversare

- Difuzarea prin poştă a unor materiale speciale pentru clienţi, prieteni, colegi şi pentru presa locală.
- Ţinerea unui cocktail în clădirile companici pentru personal, clienţi, prieteni şi comercianţi.

A zecea aniversare

- Trebuie difuzat un întreg ansamblu de tipărituri pentru mass-media locală şi a statului respectiv.
- Se ţine un cocktail la un hotel, pentru un număr mare de invitaţi, adăugând VIP-urile şi presa.
- Se publică un sfert de pagină în ziarul local sau o felicitare pentru vârstă şi realizările obţinute până în momentul de faţă.

A douăzeci şi cincea aniversare

- Trimite materiale pentru mass-media naţională, cu o mare varietate de publicitate organizează prânzuri reclamă şi întâlniri cu presa.
- Dă o mare recepţie într-un hotel cu o listă mult mai mare de invitaţi.
- Plăteşte pentru o pagină întreagă de publicitate în ziarele locale pentru ramurile şi birourile care reprezintă subiectul aniversării.
- Dă o petrecere pentru angajaţi (cum ar fi un picnic de familie, vara).
- Comandă un afiş aniversar la un designer, cadou pentru clienţi, angajaţi, VIP-uri etc.
- Oferă diferite cadouri necostisitoare sub formă de suveniruri executivilor şi angajaţilor.
- Dă un dar modest, în numele angajaţilor, unei instituţii nonprofit aleasă de angajaţi.

O companie mare îşi sărbătoreşte o aniversare majoră

Unele companii mari împart bucuria zilelor lor de naştere importante cu întreaga lume, atunci când sponsorizează spectacole de televiziune pentru a marca aniversarea lor. Alte companii se concentrează asupra angajaţilor. R. J. Reynolds, de exemplu, într-un an i-a strâns pe toţi angajaţii din întregul stat Carolina de Nord (50. 000 de persoane) şi le-a oferit un picnic de familie complet cu orchestră, carnaval, şapte tone de frigărui din carne de porc şi şase tone de pui fripţi. Unele companii închiriază o întregă sală de spectacol pentru un concert; altele invită clienţii şi familiile lor la circ sau chiar la un rodeo. Un Consiliu de administraţie şi-a strâns toţi angajaţii într-o parcare şi le-a spus că toţi vor primi o gratificaţie neaşteptată în onoarea aceleci ocazii.

Două dintre cele mai ambiţioase proiecte care s-au realizat vreodată pentru a sărbători istoria companici sunt:

- Scrierea unei cărţi
- Înregistrarea unei casete video.

Publicarea unei cărţi despre companie

Puterea relaţiilor publice pe care le creează o carte bine scrisă despre istoria unei companii contează şi durează aproape mult mai mult decât orice alt rezultat pozitiv al celebrării unei aniversări importante.

O companie trebuie să aibă cel puţin 50 de ani înainte ca istoria ei să fie scrisă sub formă de carte. (O broşură poate fi editată până în acel moment). Textul trebuie să fie scris cu stil şi cu inteligenţă şi să fie frumos ilustrat. Nu trebuie să fie o dulcegărie, plină de lăudăroşenii, ci să spună "exact cum a fost" - o carte cinstită, o istorie plină de acurateţe, chiar dacă este scrisă cu afecţiune, mândrie şi umor. Este o idee bună să ai o fotografie a echipei de conducere, a consiliului de directori (precum şi fotografii ale angajaţilor) la sfârşitul cărţii, dar orice paranteze făţişe, prezentând conducerea actuală, transformă cartea dintr-o istorie a companiei într-o propagandă în folosul conducerii. Dacă o companie vrea ca toată lumea să fie interesată de carte şi să afle câte ceva din ea, istoria companiei trebuie să fie scrisă doar din acest punct de vedere, conţinând şi părţile negative (şi Consiliul de administraţie trebuie să-şi ţină în frâu propriul eu!).

Genul acesta de carte cere planificări atente, cercetări şi un buget sănătos. Tirajul în care se tipăreşte cartea trebuie să fie plătit din bugetul pentru aniversare şi trebuie să se organizeze o prestigioasă masă pentru lansarea cărţii, la care să participe şi presa.

Compania trebuie să găsească o editură care să o ajute să întocmească materialul şi să elaboreze cartea. Editorii asigură servicii editoriale şi de tipografie. Ei vor ajuta compania să găsească un bun scriitor şi cercetător şi apoi vor lucra împreună cu scriitorul la completarea manuscrisului şi la difuzarea cărţii. Numele editorilor pot fi găsite în cartea directorilor de edituri *"Literary Market Place"*, disponibilă de bibliotecile publice sau la compania R. R. Bowker, Bulevardul Americilor nr. 1180, New York, N. Y. 10036. Dacă această carte este interesantă şi scrisă bine fără să fie în mod flagrant o carte comercială, merită să fie publicată de o editură obişnuită (care apoi o va distribui la librării, asigurându-i o răspândire mult mai mare.)

Un orar ipotetic pentru realizarea unei asemenea cărţi care ar fi apărut cu ocazia aniversării unei companii în anul 1989 ar putea arăta astfel:

Iulie 1986:	Se găseşte un cercetător care să strângă materialul în legătură cu istoria companiei: fotografii, întâmplări, interviuri ale veteranilor companiei, tăieturi din ziare vechi şi evenimente memorabile în general.
Ianuarie 1987:	Cercetătorul îl aprovizionează pe autor cu documentaţie.
Decembrie 1987:	Autorul completează cartea şi dă manuscrisul pentru publicare editorului.
Decembrie 1988:	Editorul livrează cartea tipărită companiei pentru a o distribui sub formă de cadouri de Crăciun şi pentru a fi folosită cu ocazia anului aniversar începând cu 1 ianuarie 1989. (Nu uita să prevezi un termen de cel puţin şase luni între predarea manuscrisului către editor şi data livrării cărţii.)

Costul producţiei private a cărţii despre istoria unei companii poate să fie între 25. 000 şi 100. 000 de dolari (în funcţie de numărul fotografiilor şi de numărul de volume tipărite).

O casetă video cu istoria companiei

Acest proiect presupune înregistrarea pe o casetă video a istoriei companiei, concomitent cu tipărirea cărţii sau în locul ei. Caseta video trebuie să aibă formatul fie de jumătate de inch (pentru uzul V C R), fie de trei sferturi de inch (pentru uzul industrial). Caseta nu trebuie să aibă o durată mai mare de zece minute. Pot apărea în ea şi ilustraţiile din carte, dar trebuie să conţină mai multe imagini ale executivilor şi angajaţilor în timpul activităţii.

Această casetă va fi utilă când:

- Un executiv doreşte să preia imagini din ea, atunci când apare într-o emisiune la televizor.
- Conducerea vrea să o dea cadou (sau să o vândă la un preţ mic) angajaţilor.
- Conducerea doreşte să organizeze vizionări ale casetei pentru angajaţi, clienţi şi prieteni (sau să o trimită clienţilor care nu pot participa la vizionare).
- Se prezintă la întrunirile cu acţionarii şi analiştii planurilor de perspectivă.

Din secunda în care se aprobă bugetul pentru scrierea, producerea, editarea şi procesarea manuscrisului i se vor acorda executivului două luni de zile pentru supravizarea proiectului. Preţul unei producţii de primă clasă variază între 100 000 şi 200 000 de dolari, în funcţie de călătoriile necesare şi de numărul locurilor filmate sau fotografiate.

Grupuri care merită atenţie specială

Angajaţii

- Angajaţii trebuie să fie reprezentaţi în comitetul de planificare atunci când acesta începe să funcţioneze. Contribuţia lor este foarte valoroasă, ei putând propune de la tipul de petrecere organizată pentru angajaţi până la alegerea instituţiei nonprofit (care va primi o donaţie din partea companiei cu ocazia aniversării ei).
- Cartea companiei va fi pusă la dispoziţia angajaţilor la un preţ mic.
- Şi videocasetele cu istoria companici le vor fi vândute tot la un preţ mic.
- Se va ţine o conferinţă care să contribuie la creşterea interesului pentru celebrarea aniversării.
- Vor fi organizate tombole cu premii pentru câştigătorii norocoşi (un weekend cu familia într-o staţiune în care să existe un lac două bilete la o competiţie de baseball, o carte de membru la un club de sănătate etc.).
- Trebuie să rămână ficcare cu o "amintire a aniversării" (un inel breloc pentru chei, un stilou, o ruletă) care să aibă imprimată emblema companiei.

Acţionarii

În corespondenţa trimestrială trimiteţi acţionarilor un anunţ detaliat despre aniversare şi planurile companiei.

- Ei trebuie să poată comanda versiunea broşată sau cartonată a cărţii, beneficind de un rabat substanţial.

- Este bine să fie organizat un program special de aniversare la întâlnirea anuală a acţionarilor.
- Participanţii la întâlnirea acţionarilor trebuie să primească o amintire cu ocazia aniversării.

Clienţii principali, negustorii, V I P-urile etc.

- Ei trebuie să primească, în dar, versiunea cartonată a cărţii companiei, frumos împachetată. Clienţilor foarte importanţi li se va da cartea împreună cu un frumos semn de carte florentin, din piele, care să aibă gravate în auriu, pe spate, cu litere mici, numele şi anul aniversării.
- Ei rebuie să fie invitaţi la recepţia de aniversare care se ţine în oraşul lor.

Presa

- Este necesar să se scrie articole de presă impresionante, care să fie apoi mediatizate pe sacră largă. Jurnaliştii trebuie să primească o selecţie, întocmită cu grijă, de publicaţii (nu un număr exagerat) la începutul anului aniversar şi de fiecare dată când intervine un eveniment special.
- Trebuie să fie realizate convorbiri şi interviuri, în exclusivitate, pe tema aniversării.
- Se vor crea special pentru executiv materiale audiovizuale despre istoria companiei care să fie utilizate atunci când se face o emisiune la televiziune.
- Personalităţilor importante din mass-media li se va oferi câte un exemplar al cărţii companiei cu coperte broşate.
- Ei trebuie să primească invitaţii la recepţia companiei şi la orice alt eveniment special din oraşul lor.
- Amintirile de la aniversarea companiei trebuie să facă parte din mapa presei.

Comunitatea

În toate localităţile în care compania are posibilităţi majore:

- Ea trebuie să pregătească o *celebrare pentru oamenii din comunitate* sau oraş care constă în:

  O *casă deschisă*

  O *seară cu focuri de artificii*

  Un *concert în aer liber* (vara)

- Compania *trebuie să facă un dar substanţial unui sector nonprofit* din localitate sau din altă parte, de exemplu:

  Un *proiect de înfrumuseţare* (plantare de copaci, renovarea unei zone, o donaţie pentru un mic parc public, o donaţie de jocuri pentru copii care să îmbogăţească echipamentul unui parc, noi containere de gunoi pentru oraş sau motociclete cu remorci pentru transportul gunoiului etc.

  Achiziţionarea *echipamentului de care este nevoie pentru un spital local*

  Un *dar pentru un muzeu local*, cum ar fi o donaţie pentru programul

didactic, un dar pentru departamentul de educare a tineretului din cadrul muzeului

O *donaţie pentru programul de cercetare al unei mari instituţii*

Un dar în numele companiei (cu caracter permanent) *către colegiile sau universităţiile locale* pentru înzestrarea facultăţilor sau pentru burse

Comandarea unei opere de artă cu ocazia aniversării

Sponsorizarea unui concert de operă, a unei piese de teatru sau a unui balet de către companie

- Trebuie să se aibă în vedere plasarea unei reclame mari în presa locală exact pe data aniversării companiei (plus anunţuri la televiziunea locală) în care compania îşi declară cu mândrie vârsta, punctează evenimentele principale din istoria ei şi mulţumeşte comunităţii şi cetăţenilor pentru faptul că "au fost alături de companie în toţi aceşti ani".

Este binevenit un turneu de spectacole organizat de o companie mare

Se recomandă să se folosească, pentru celebrarea aniversării companiei, materiale vizuale de format standard (pentru fiecare ramură, birou sau compartiment) aceasta însemnând câştig atât din punct de vedere al designului, cât şi al efectului sau preţului. Este vorba despre:

- Hârtie de scris, etichete etc.
- Diverse suvenire pentru respectiva aniversare, coperte de lux şi coperte broşate pentru cărţi, copii de casete video etc.
- Blocnotesuri pentru aniversare, legate (din punct de vedere grafic) de fiecare birou local.
- Un "planificator de petrecere" pentru recepţia companiei şi pentru petrecerea angajaţilor din fiecare comunitate. Acestea trebuie să conţină sugestii pentru meniuri, tipuri de amuzament, idei în vederea decorării sălilor pentru aniversare, instrucţiuni despre cum să fie completate listele de oaspeţi pentru recepţia companiei, pentru tipărirea (sau gravarea) unei invitaţii originale etc.
- Materiale pentru presă.
- Instrucţiuni despre cum să fie organizate interviurile date de directorii superiori (care vin în oraş ca să participe în calitate de gazde la recepţia de aniversare şi petrecerea angajaţilor) presei locale.
- Fotografii cu aspecte din istoria companiei care să fie folosite în zona recepţiei sau ca elemente decorative pentru petrecere.
- Instrucţiuni despre cum să se procedeze cu donaţia făcută instituţiei nonprofit locale.
- O mostră de scrisoare de mulţumire pentru felicitările sau a florile trimise companiei locale de oameni din afară.
- Instrucţiuni despre cum să fie desfăşurate focurile de artificii pentru comunitate.

15

Arta de a oferi cadouri în afaceri

În relaţiile de afaceri oferirea de cadouri este în mod special o artă. Când este făcută cu afecţiune şi imaginaţie, ea mulţumeşte pe destinatar şi ajută la consolidarea unei noi relaţii sau regenerează o relaţie veche şi creează o atitudine de bunăvoinţă considerabilă. Când nu este făcută cum trebuie sau este făcută cu grosolănie, poate să-l deranjeze pe destinatar sau chiar să-i creeze o problemă persoanei respective.

Astăzi, mulţi oameni de afaceri sunt suspicioşi în acceptarea cadourilor, lucru de înţeles dacă ne gândim la scandaloasa publicitate care se face în legătură cu oferirea de mită, atât în sectorul public, cât şi în cel privat. *Cel care oferă trebuie să realizeze importanţa acestei probleme şi să ia toate precauţiile pentru a evita orice posibilitate de a fi interpretat cadoul derept mită sau incorectitudine.*

Moment potrivit şi motiv justificat

Dacă există un motiv pentru a oferi un cadou, fă-l în acel moment şi nu mai târziu. Impactul este, în general, pierdut când a trecut emoţia de moment. Nu aştepta şase luni ca să trimiţi un dar unei persoane care iese la pensie. Trimite o mostră a noului tău produs, dacă este posibil, înainte de lansarea lui, nu atunci când deja nu mai reprezintă o noutate; trimite clientului tău un cadou de nuntă la maximum două luni după nunta lui, nu după un an.

Trebuie să existe un motiv normal şi justificat pentru a trimite un cadou, altfel acest act pare nejustificat şi suspicios. Nimeni nu este obligat să trimită unui asociat de afaceri un cadou cu ocazia zilei lui de naştere, dar dacă este vorba de o persoană cu care faci comerţ în mod constant şi ea ţi-a devenit un bun prieten în acest domeniu, este un motiv care te îndreptăţeşte să-i trimiţi un cadou modest cu ocazia unei aniversări importante.

Nu trebuie niciodată să trimiţi un cadou substanţial unui partener cu care încerci să negociezi o afacere. Poate fi privită ca o încercare de a-i influenţa decizia.

Majoritatea oamenilor sunt de acord că cel mai frumos dar este acela care nu are un motiv special, ci doar un simplu act de prietenie. Am şi eu o grămadă de amintiri despre cadouri, pe care nu le voi uita niciodată ca, de exemplu, când un director de bancă (din exterior) a apărut la şedinţa noastră lunară, într-o zi de februarie, extrem de friguroasă, pe când ningea, cu câte un buchet de violete proaspete pentru toată lumea de la masă; sau acela când am primit un pachet mare, cu cel mai bun orez, de la un client care şi-a amintit o conversaţie în care spusesem că-mi place orezul la nebunie; sau când tatăl preşedintelui Kennedy mi-a trimis zece caserole cu o îngheţată specială, Louis Sherry, mie şi personalului meu de la Casa Albă, pentru că m-a auzit spunând că muncim cu toţi atât de mult că nici măcar nu putem să ne ducem să cumpărăm un cornet de îngheţată; sau ziua în care o persoană din executiv mi-a trimis o agendă frumoasă, pentru notat adrese, cu coperţi din piele, pentru poşetă, însoţită de o carte de vizită pe care scria: "Mi-am dat seama cât de mult ai nevoie de aceasta când te-am văzut căutând într-o zi o adresă într-o agendă care semăna cu o relicvă egipteană din papirus ferfeniţit!".

Unele dintre motivele pentru care trimiţi un mic dar, flori sau o scrisoare unui coleg de afaceri sunt următoarele:

Pentru a mulţumi:	*Pentru a încuraja pe cineva care:*	*Să-ţi ceri scuze pentru că:*	*Să urezi noroc cu ocazia:*	*Să feliciţi pentru:*
Gazdei pentru prânzul sau cina date în onoarea ta	Începe o nouă slujbă sau carieră	I-ai dat cuiva multă bătaie de cap	Zilei de naştere	O promovare
Gazdei dintr-un alt oraş unde te-ai aflat temporar	Suferă sau este în convalescenţă după un accident sau o boală serioasă	Ai ofensat pe cineva	Unei aniversari	Câştigarea unui premiu
Persoanei care ţi-a făcut o mare favoare, ţie personal sau în legătură cu serviciul	A avut un deces în familie	Ai uitat de o promisiune sau de o întâlnire	Mutării într-un alt oraş	Naşterea unui copil
	Are dificultăţi financiare serioase		Căsătorici	Un act de curaj
			Vânzării companici	O bună comportare în public
			Ieşirii la pensie	Terminarea unei a doua facultăţi
			Unei noi acţiuni financiare riscante	Ţinerea unui discurs bun

Alegerea unui articol

Cel mai bun sfat pe care ţi-l pot da este: gândeşte-te înainte de a acţiona.

Nu trimite sticle de băutură tuturor persoanelor trecute pe lista cadourilor de Crăciun, fiindcă nu oricine bea. Nu da cuiva un echipament sportiv nemaipomenit,

dacă nu eşti sigur că destinatarul este tot atât de entuziasmat de sport ca şi tine. Nu da cuiva (a cărui casă n-ai văzut-o niciodată) o litografie înrămată de care te-ai îndrăgostit, pentru că gustul destinatarului poate fi diferit de al tău. Nu încerca să faci glume pe seama altuia, cum ar fi dăruirea unei cărţi de dietă unui coleg supraponderal. Dacă eşti un executiv sosit de curând, nu oferi şefului tău un cadou, dai impresia că vrei să-l linguşeşti, indiferent care a fost motivul tău. Nu da niciodată cuiva ceva de îmbrăcat dacă nu eşti sigur, sută la sută, (şi foarte puţini oameni sunt) că-i corespunde ca mărime. Oferirea de bani ca dar unui coleg de afaceri trebuie evitată dacă nu este vorba despre un bun prieten sau despre o situaţie neobişnuită (cum ar fi probleme financiare survenite în urma morţii unui membru din familie).

Este important să ştii ce faci, atunci când intenţionezi să dai un dar substanţial unui executiv, bărbat sau femeie. În primul rând trebuie să-ţi dai seama de hobby-urile persoanei respective, sportul sau interesul pentru alte lucruri speciale. Cele două surse excelente pentru a afla sunt secretara destinatarului sau partenerul de viaţă, dacă îl cunoşti. Dacă cel căruia vrei să-i oferi un cadou este nou venit în birou, de exemplu, trebuie să fie ceva pe care să-l poată folosi la birou. Dacă va merge în străinătate, pentru afaceri, într-un viitor apropiat, ar fi potrivit un dar care să-i servească în călătorie. Dacă îşi foloseşte foarte mult maşina în deplasările de afaceri, ar fi folositoare nişte accesorii pentru aceasta. Ia în considerare stilul de viaţă şi nevoile persoanei care va primi cadoul.

Cumpărarea cadourilor

Există foarte multe modalităţi care îţi permit să găseşti cel mai potrivit cadou.

- Dă-ţi întâlnire cu cineva care are un gust impecabil şi care să aleagă cadoul în locul tău
- Vizitează librăria ta favorită
- Examinează cu atenţie cataloagele venite prin poştă
- Uită-te prin reclamele din ziare şi reviste
- Mergi prin magazinele de antichităţi
- Participă la licitaţiile de sfârşit de săptămână de la galeriile de licitaţie importante
- Consultă vânzătorii de la raioanele magazinului
- Uită-te prin magazinele de desfacere din incinta muzeelor sau verifică ce conţin cataloagele lor
- Urmăreşte noile specialităţi care au apărut la magazinul tău de produse alimentare.

Plata pentru cadou

Multe companii au cadouri standard de Crăciun pentru angajaţi, pentru clienţi sau pentru cumpărători, constând din articole ieftine ce pot fi oferite în dar. Evident, toate sunt plătite de companie.

Există o mare diversitate în ceea ce priveşte politica companiilor referitoare la cadouri. Unele companii plătesc pentru toate cadourile, date individual, fiecărui membru începând cu conducerea de la vârf până la comunitatea de afaceri. Altele

cumpără cadouri speciale pentru toţi executivii numai dacă au o justificare şi o aprobare scrisă în avans. Totuşi, majoritatea executivilor se găsesc frecvent în situaţia de a cumpăra un cadou, cuiva care are legătură cu afacerile din fondurile personale. Ca şi cum ar oferi un cadou unui prieten personal. (Guvernul permite cheltuirea numai a 25$ pentru cadourile de afaceri, ceea ce micşorează excesiv posibilitatea practică de a oferi cadouri)

Majoritatea executivilor superiori sunt de acord ca ocazional să plătească din propriul buzunar pentru un cadou mic făcut unui asociat de afaceri, numai să fie momentul potrivit, motivul justificat şi cadoul bine ales.

Cât trebuie să coste?

Cadourile oferite clienţilor de către executivii tineri şi directorii mijlocii trebuie să coste, în medie între 10 şi 25$.

Cadourile oferite de directorii mijlocii, până la cei superiori, trebuie să coste între 25 şi 50$. Executivii superiori vor cheltui între 50 şi 100$ pentru clienţii de vază şi prietenii apropiaţi din lumea afacerilor.

Cadourile care costă mai mult de 100$ sunt numai pentru ocazii foarte importante şi foarte rare.

Maniera de a prezenta cadoul

Modul în care este făcut un cadou este extrem de important. El trebuie să fie prezentat astfel încât să arate că cel care-l oferă are o mare stimă pentru destinatar şi pentru cadou.

- *Un dar trebuie să fie prezentat, dacă este posibil, personal.* Când oferi un cadou destinatarului, importanţa acestuia trebuie să se vadă din voce, expresia feţei şi chiar din felul în care îi strângi mâna sau îl îmbrăţişezi atunci când i-l oferi.
- *Trebuie să fie frumos împachetat.* Nimic nu este mai neplăcut decât primirea unui cadou care este prezentat neglijent. Îmi aduc aminte ce faţă a făcut un executiv când i-a fost înmânat un cadou ce consta dintr-un vas de cristal foarte scump, frumos ambalat în exterior, dar era băgat într-o pungă de plastic pentru alimente. I-a stricat tot efectul.

  Mulţi preşedinţi ai Statelor Unite au folosit pentru împachetarea cadourilor o superbă hârtie albă, cu emblema prezidenţială, al cărei design era imprimat în relief. Pentru legarea pachetului sunt folosite panglici aurii şi albe şi efectul este nemaipomenit. Orice întreprindere poate avea propria ei hârtie, cu emblema sau sigla imprimată în relief, acesta fiind şi un mod elegant de a demonstra calitatea imprimatelor companiei.
- *Subliniază bunele intenţii prin cartea de vizită pe care o ataşezi cadoului.* Incluzând, pur şi simplu, cartea ta de vizită de afaceri în pachet, fără semnătură şi fără un mesaj, este un mod rece şi impersonal de a oferi un cadou. Dă impresia că expeditorul nu a văzut cadoul sau că nu are nici o legătură cu el. Dacă îţi foloseşti cartea de vizită de afaceri, scrie-ţi numele mic şi numele de familie cu cerneală. Adaugă câteva cuvinte la începutul sau sfârşitul ei: "Sper să-l poţi folosi.". Dacă trimiţi un cadou de nuntă unor

colegi, scrie ceva de genul: "Cu cele mai bune urări pentru Susan şi Jerry, vă doresc o viaţă minunată de acum înainte".

Foloseşte, întotdeauna, pentru mesajul tău o hârtie de scris de bună calitate sau hârtia de corespondenţă, dacă ai asemenea hârtie. Este mult mai frumos decât cartea ta de vizită de afaceri.

Fii atent cu ceea ce scrii pe cartea de vizită. Pe o carte de vizită introdusă într-un pachet cu grapefruit-uri scria: "Mulţumesc că mi-ai dat afacerea şi abia aştept să-mi mai dai". Cu totul alt impact ar fi avut o carte de vizită pe care ar fi scris: "Am avut o iarnă foarte lungă, ai lucrat din greu, deci meriţi puţină vitamina C în plus!".

Dacă trimiţi un cadou unui cuplu proaspăt căsătorit şi ai uitat prenumele partenerului de viaţă, scrie pur şi simplu: "Familiei Bradford, cele mai bune urări cu ocazia...".

Pune cartea ta de vizită într-un plic, indiferent dacă se potriveşte sau nu plicul.

Un cadou care merită să fie dăruit este un cadou care merită să fie frumos prezentat. Aşa cum spun francezii, referitor la un cadou sau un dineu: "*Il faut bien présenter les choses...*".

Trimiterea florilor

Florile sunt un dar uşor de trimis şi care ajunge repede. Ele pot fi comandate prin telefon; poţi chiar să-ţi timiţi cartea de vizită la florărie sau poţi dicta mesajul la telefon florarului. Florile sunt expediate în întreaga lume. Ele sunt un simbol internaţional de salut, celebrare şi recunoştinţă. Un executiv care merge în străinătate, în orice ţară, trebuie să-şi amintească faptul că trebuie să trimită flori înainte sau după ce s-a aflat ca oaspete de onoare "în casa cuiva".

În ţara noastră, florile erau trimise în mod tradiţional de cupluri sau de către o femeie altei femei, sau de către un bărbat unei femei, dar niciodată de către o femeie unui bărbat. În noua epocă a egalităţii dintre bărbat şi femeie, această regulă a dispărut. Femeile pot să trimită flori bărbaţilor pentru aceleaşi motive pentru care le primesc ele însele. În general, dacă o femeie trimite flori de mulţumire unui executiv, pentru o favoare sau pentru a-l felicita, trebuie să i le trimită la birou. Dacă a fost invitată la un dineu acasă la el, atunci le trimite acasă.

Este întotdeauna mai bine să trimiţi flori în dimineaţa zilei în care are loc petrecerea sau în ziua de după aceasta. Dacă apari la uşă cu florile în mână, gazda va trebui să-şi întrerupă activităţile ca să găsească o vază mai potrivită în care să le aranjeze şi s-o aşeze într-un loc potrivit, întrerupere deloc binevenită pentru gazdă.

Dacă te întrebi ce trebuie să trimiţi, un aranjament floral sau flori, există o regulă: trimite un aranjament floral la biroul persoanei respective, dar trimite câteva fire de flori şi la locuinţa acesteia.

Unui executiv care este în spital bolnav trimite-i o plantă care cere foarte puţină îngrijire. Florile care au nevoie de îngrijire sunt neglijate în spitalele aglomerate. Trimite flori când bolnavul s-a întors acasă şi este în perioada de convalescenţă.

Flori pentru funeralii

(*Vezi capitolul 13* - "Când un membru al executivului moare.")

Felicitările de sărbători: modalitate de a-ţi comunica sentimentele de prietenie

Când o corporaţie trimite felicitări, are următoarele alternative:

- Să trimită o felicitare creştinească având o temă religioasă.
- Să trimită o felicitare pentru evrei care poate avea scris pe ea cuvintele: "Hanukkah fericit şi cele mai bune urări pentru anul 19...".
- Să trimită o felicitare cu un pom de Crăciun, Moş Crăciun, sau cu orice conotaţii religioase, cu următorul gen de urări: "Sărbători fericite" sau "Cele mai bune urări de sărbători".

În cazul în care compania trimite felicitări cu scene religioase, deoarece majoritatea clienţilor sunt creştini, tu poţi personaliza felicitarea pentru prietenii evrei, scriind pe ea: "Hanukkah fericit, pentru tine şi ai tăi". Dacă clienţii tăi sunt predominant evrei, trimite-le felicitări Hanukkah. Dacă vrei să eviţi problema felicitărilor separate, trimite felicitări pe care scrie "Sărbători fericite". Cele pentru prietenii evrei pot fi completate cu "Hanukkah fericit", iar cele pentru prietenii creştini cu "Vă doresc un Crăciun sfânt şi fericit", sau orice vrei tu să spui. Lucrul cel mai important pe care trebuie să-l reţii este să dai o notă personală oricărei felicitări de Crăciun pe care o trimiţi, fie din partea ta, fie din partea corporaţiei.

Când o companie trimite cărţi de vizită anunţând că "Donaţia a fost făcută din partea...", nevoia unei note personale este chiar şi mai necesară. Sunt întru totul pentru donaţiile făcute celor nevoiaşi, mai cu seamă în timpul sărbătorilor, dar să faci din anunţul pentru donaţie primul mesaj de pe cartea de vizită mi se pare mult prea lipsit de delicateţe. În adevăratul spirit al Cărciunului şi Hanukkah-ului, compania trebuie să facă o donaţie generală, dar s-o menţioneze foarte subtil undeva pe cartea de vizită. Atunci destinatarul nu va considera felicitarea ca pe o cerere de a primi o donaţie în schimb.

Cum să întocmeşti lista pentru cadourile de sărbători

Dacă este posibil, e bine să ai ambele liste pe computer - de felicitări pentru Crăciun şi de cadouri. Aceste liste trebuie ţinute la zi, cu mare grijă, cu toate schimbările care survin în ceea ce priveşte numele, titlul, adresa, numărul de telefon, statutul social ale unei persoane din companie notate ordonat. Imediat ce survine o schimbare, păstrarea unor evidenţe bune te va ajuta să nu faci greşeli de omisiune sau să dăruieşti cuiva acelaşi lucru ca şi anul trecut! De exemplu, trebuie să-ţi faci o listă după următorul model:

CADOURI DE SĂRBĂTORI

Anul ____ Numele executivului _____

Cod: BMP - biroul membrilor personalului
EC - executivii companiei
C - clienţi
N - negustori
VIP - cadouri de bunăvoinţă pentru VIP-uri
CD - consiliul de directori
ASE - agenţia serviciilor pentru executivi

Numele, titlul, adresa, compania destinatarului	*Descrierea cadoului*	*Codul*	*Valoarea*	*Cum a fost trimis cadoul, data expedierii sau trimiterii prin curier*

Când oferi un cadou şi când dai bacşiş

A şti când trebuie să dai bacşiş este o problemă de iscusinţă. Unii oameni pot fi ofensaţi de bacşiş. Nu dai bacşiş stewardesei care-ţi serveşte masa în avion, de exemplu, dar îi dai bacşiş unei chelneriţe la restaurant. În multe saloane de înfrumuseţare nu dai bacşiş patronului care te coafează, dar dai bacşiş dacă te coafează altcineva. Dai bacşiş instructorului de gimnastică, dar îi dai un cadou şi nu bacşiş profesorului de limbă franceză.

Premisele de bază sunt că se oferă un cadou unui profesionist şi bacşiş unor persoane din industria serviciilor. De fapt poţi face combinaţii de mici daruri în bani şi un cadou modest pentru o persoană din serviciul public, unui frizer sau unei coafeze, pe care-i vezi în fiecare săptămână.

Uneori este dificil să separi bacşişurile de afaceri de cele personale, pentru că cele două se întrepătrund adesea, dar este de mare ajutor o evidenţă computerizată a bacşişurilor de sărbători, astfel încât să nu uiţi cine trebuie să primească plicul mai mare. Lista bacşişurilor întocmită de un executiv de succes poate arăta astfel:

Daruri în bani de sărbători în 19..

Coafeză sau frizer:	de la 10 la 50$ în funcţie de cât de des te serveşte
Spălat pe cap:	15$ (dacă eşti un client permanent)
Manichiuristă:	25$ (dacă eşti clientul ei permanent)
Instructor de gimnastică:	20$ (dacă nu aparţii clubului şi dacă te duci adesea acolo)

Maître d'hotel la restaurantele la care mergi des: în general 10$, dar şi 20$ pentru restaurantele de prima clasă din oraşele mari

Fondul de Crăciun de la club pentru angajaţi: 100$

Fondul biroului angajaţilor de la garaj: 50$

Schimbul de cadouri între angajaţi şi patroni

Politica firmei în timpul sărbătorilor

Gratificaţiile se dau pentru performanţe şi sunt câştiguri, chiar dacă sunt distribuite în timpul sărbtorilor, deci nu sunt considerate cadouri. Modul în care companiile oferă cadouri de sărbători diferă foarte mult în funcţie de cât de bine le merg afacerile, de practicile din diferite regiuni în care compania are filiale şi sucursale sau de tipurile de unităţi industriale.

Iată opţiunile în ceea ce priveşte oferirea cadourilor de Crăciun:

- Compania să nu aibă nici un fel de politică în această privinţă
- Compania să interzică orice oferire de cadouri
- Să dai angajaţilor pachete cu mâncare, un radiotranzistor, un curcan de Crăciun sau ceva de genul acesta
- Să dai angajaţilor un catalog din care ei să-şi comande un articol (un produs) după preferinţă sau să primească un echivalent în bani (cum ar fi 25$)
- Să consideri petrecerea de Crăciun oferită de companie drept cadou
- Să consideri felicitarea de Crăciun, semnată de un membru al Consiliului de administraţie, un cadou
- Să distribui cadouri oamenilor nevoiaşi în loc de a oferi cadouri angajaţilor

Decizia pe care o ia conducerea în această problemă este importantă, pentru că moralul angajatului depinde de bunul mers al companiei. Este cu siguranţă o decizie individuală. Ceea ce este bine pentru o companie poate să nu fie bine pentru alta.

Patronul îşi aminteşte de "secretele oamenilor"

Cu siguranţă, un executiv poate suplimenta cadourile standard date de companie cu un mic cadou personal, plătit din propriul lui buzunar, oamenilor care-l servesc şi care-i fac viaţa mai eficace şi mai confortabilă. Acesta este un act foarte personal pentru care nu există un cod de reguli. Modul cum îl aplici depinde de gradul de amabilitate şi sensibilitate pe care tu, ca executiv, îl manifeşti faţă de ceilalţi oameni. Unii manevrează şi se descurcă în afaceri cu un imens succes pentru ei, fără ca măcar să se gândească la cadourile pe care să le dea la birou, altele decât cel simbolic pe care-l dau secretarei de Crăciun. Mulţi oameni cred că dacă angajaţii companiei îşi primesc salariile şi beneficiile, acest lucru este suficient şi dacă mai primesc şi cadourile standard ale companiei, aceasta este mai mult decât suficient.

Totuşi din punct de vedere al laturii umane în afaceri, s-ar putea să nu fie suficient. Un executiv atent este amabil cu cei care-l servesc, inclusiv cu cei care nu au un rol chiar atât de important, dar care lucrează la serviciile de contractări. Cadoul lui - chiar dacă este unul mic, cum ar fi un coş cu fructe, o prăjitură, bomboane sau brânză - reprezintă pentru familia destinatarului şi prieteni motiv de mare mândrie, fiindcă executivul care l-a oferit, cu siguranţă, nu avea nici un interes "să facă acest lucru". Printre oamenii care primesc aceste mici daruri de la el pot fi şi operatorii de la tablourile de comandă, de exemplu, care - deşi ascunşi vederii - au o responsabilitate foarte importantă pentru relaţiile companiei cu publicul; de asemenea, pot fi liftierii care zâmbesc călduros în fiecare zi, persoanele care fac curăţenie în biroul lui în fiecare noapte şi cu care el mai pălăvrăgeşte câteodată, atunci când lucrează până târziu.

Este frumos din partea unui executiv să recompenseze, printr-un mic dar, prezenţa angajaţilor implicaţi în mod constant, alături de el, în succesele companiei; şi poate adăuga o notă în care să scrie: "Vă mulţumesc pentru ajutorul acordat în anul care a trecut.".

Darul angajatului pentru şef

Angajaţii nu trebuie să ofere daruri patronilor, în afară de cazul când angajatul care a fost foarte apropiat de patron timp îndelungat a ajuns să fie considerat ca făcând parte din familia acestuia. Majoritatea patronilor sunt jenaţi să accepte un cadou de la cineva care lucrează pentru ei. Există desigur excepţii de la regulă, ca acele rare ocazii, de moment, când un angajat aduce în birou flori proaspăt tăiate din grădina lui sau vreo delicatesă culinară. (Acest fel de cadou, simplu, denotă atenţie şi nu linguşire, mai cu seamă dacă liliacul tăiat din grădină sau prăjiturelele de casă sunt împărţite şi cu ceilalţi din birou).

Un angajat trebuie să se abţină să ofere cadouri scumpe şefului (care să depăşească 25$). Dacă face acest lucru, şeful trebuie să i-l înapoieze într-un mod diplomatic, dar ferm, astfel încât angajatul să nu mai încerce altă dată. "Uite, nu pot

accepta! Ai fost foarte drăguţ să-mi oferi un asemenea cadou, dar este prea mult. Ţi-l înapoiez, deşi sunt foarte recunoscător pentru intenţie".

Schimbul de cadouri între secretară şi şef

O secretară nu este obligată să ofere şefului ei un cadou. Totuşi o secretară devotată din punct de vedere profesional, care lucrează de multă vreme cu şeful ei, are un anumit statut. Dacă ea este apropiată şefului şi familiei lui, poate să-i ofere un cadou mic şi impersonal de sărbători sau de ziua lui de naştere, cum ar fi o sticlă de vin fin (dacă ştie că-i place vinul) sau o carte care-l interesează, nişte trabucuri bune (dacă are acest obicei nefericit) sau ceva făcut de ea însăşi prin propriile ei talente sau îndemânare. Îmi amintesc de plăcerea pe care i-a produs-o o secretară şefei sale când i-a dăruit o husă pentru cartea de telefon, brodată de ea. Altă secretară a făcut, pentru mult îndrăgita barcă a şefului ei, o fotografie de amator, mărită şi înrămată; o excelentă fotografie pe care i-o făcuse şefului împreună cu familia sa pe 4 iulie.

Cât despre ce dau şefii secretarelor lor, un director mijlociu care are aceeaşi secretară de doi ani poate oferi un cadou de Crăciun de 25S, în timp ce un executiv superior a cărui secretară lucrează cu el de 10 ani ar putea să cheltuiască 100 $ sau chiar mai mult pe un cadou de Crăciun. Aceasta depinde de cât timp este secretara în serviciul lui, de responsabilităţile pe care le-a avut şi de importanţa şefului în cadrul companiei.

Un executiv trebuie să-şi aducă aminte că astfel creează un precedent în ridicarea valorii cadoului şi că secretara se va aştepta la ceva de o valoare egală, dar nu mai mică de Crăciunul viitor.

Dacă secretara are dificultăţi financiare pentru moment (trebuie să plătească spitalizări exorbitante sau reţete) este, bineînţeles, potrivit să-i dai un cec. Altfel, este mult mai personal să-i dai un cadou sau un *gift certificate* (un certificat care poate fi cumpărat dintr-un anume magazin, sau dintr-un lanţ de magazine, funcţie de gustul persoanei căreia dorim să facem cadoul; acest certificat îi dă dreptul posesorului să-şi aleagă exact produsul de care are nevoie, în limita sumei indicate pe certificat).

În timpul anilor mei de activitate, am auzit despre asemenea cadouri făcute reciproc cu atenţie şi cu spirit de inventivitate, între şef şi secretară, dar am auzit şi de cazuri total opuse. Este vorba despre acea secretară din Atlanta care lucra pentru o firmă ce importa marfă franceză şi avea dificultăţi cu limba franceză; şeful ei i-a oferit în dar de Crăciun cartea "Cum să vă îmbunătăţiţi limba franceză" - un dar bine intenţionat. Ea şi-a amintit acest lucru întregul an. La următorul Crăciun ea i-a oferit şefului ei o carte intitulată "Cum să-ţi îmbunătăţeşti caracterul", însoţită de o felicitare pe care scria "Touché".

Dacă un executiv are copii care apelează la secretara lui în diferite ocazii, ideal ar fi ca acei copii să-şi amintească de secretară de Crăciun, să-i ofere un dar micuţ, care poate fi de 2$ când copiii sunt la liceu sau ceva făcut de mâna lor când sunt mai mici.

În oferirea oricărui cadou gestul contează.

Când mai multe persoane au o singură secretară

Dacă doi sau mai mulţi oameni au o singură secretară, trebuie să dea fiecare între 10 şi 15$ pentru a-i cumpăra un cadou de la un magazin sau a comanda prin poştă,

la un magazin, ceva după catalog. Cadoul trebuie însoţit de o felicitare de Crăciun semnată de toţi şefii.

"Ziua secretarei"

Unele secretare de executiv preferă să nu sărbătorească această zi, care se ţine primăvara, cu aceeaşi regularitate ca şi "Ziua mamei", deoarece consideră că nimic nu este mai avantajos pentru florării şi magazine ca aceste zile. Majoritatea secretarelor, în ciuda celor ce spun despre această zi, apreciază totuşi cu adevărat când găsesc pe birou un buchetel de flori sau o cutie cu bomboane de ciocolată lăsate de şefii lor cu ocazia "Zilei secretarei". Eu personal consider că invitarea secretarei tale la un prânz, în această zi, este un gest ridicol. (Sunt de părere că o poţi invita la prânz în orice altă zi.)

Colecte pentru cadourile angajaţilor

Practica de a cere executivilor şi angajaţilor să contribuie la darul pentru "copilaşul lui Suzy", pentru "nunta lui George" sau pentru "Angela care este în spital" a devenit un obicei plicticos în cel mai bun caz şi o adevărată jenă financiară pentru unii oameni.

Situaţia ideală este aceea întâlnită în unele companii în care există un fond la nivel de corporaţie din care se cumpără orice cadou sau flori trimise de angajaţi unui executiv sau altui angajat în ocazii ca acestea:

- Atunci când se întâmplă un deces în familia unei persoane.
- Când un angajat este bolnav sau accidentat
- Când se căsătoreşte.
- Când i se naşte un copil.
- Când un angajat se pensionează.

Din nefericire acest sistem este foarte costisitor pentru conducere şi aproape imposibil pentru o organizaţie mare. Multe companii acoperă costul florilor sau al plantelor pentru fiecare sediu al angajaţilor, când este ziua unuia dintre angajaţi, dar îngăduie colectele pentru alte ocazii cum ar fi sărbătoriri sau condoleanţe.

Indiferent dacă aceste colecte în vederea cumpărării de cadouri pentru angajaţi sunt sau nu permise în compania ta nu trebuie să te simţi prost atunci când spui un nu politicos dacă ţi se cere să contribui şi nu poţi. Poţi spune: "îmi pare foarte rău, dar nu pot contribui de data asta. Prefer să-i scriu Angelei câteva rânduri la spital".

Probleme privind cadourile de nuntă făcute de executivi angajaţilor

Unii directori generali şi preşedinţi de companie primesc invitaţii de nuntă de la fiecare dintre cei care se căsătoresc, din organizaţia lor. Dacă la unele nunţi se participă, iar la altele nu, rezultatul va fi o jignire adusă persoanei la a cărei nuntă nu se merge. De aceea, este de înţeles că membrii conducerii superioare îşi fac o politică din a refuza invitaţiile de nuntă trimise de angajaţi, cu excepţia acelora ce vin din partea personalului propriu şi a celor care au funcţii în conducerea superioară.

Executivii companici nu trebuie să trimită cadouri când refuză invitaţia la nunta unui angajat, dar trebuie să trimită o scrisoare frumoasă prin care să ureze cuplului fericire în viitor.

Când un executiv oferă cuiva din personalul propriu un dar de nuntă, este foarte drăguţ din partea lui ca pe acesta să fie gravate, incrustate, imprimate, ştanţate iniţialele cuplului, data nunţii şi iniţialele executivului expeditor.

Angajaţii nu trebuie să facă daruri de nuntă şefilor. Bineînţeles, excepţie face cazul în care o secretară doreşte să-i facă şefului un mic dar ca amintire sau să-şi piardă puţin din timpul ei liber ca să scrie invitaţiile şi anunţurile, de mână.

Darurile companiei pentru clienţi, cumpărători şi VIP-uri

Darurile făcute cu ocazia sărbătorilor anuale, clienţilor, cumpărătorilor, furnizorilor, VIP-urilor, posibil şi altor persoane ca avocaţi, preşedinţi de firme publicitare şi de relaţii cu publicul, precum şi unor firme cu care aveţi tranzacţii, nu trebuie să fie scumpe, ci alese cu grijă şi bun gust. Trebuie, de asemenea, să fie:

- Prezentate în mod atractiv (frumos împachetate).
- Puse într-o cutie frumoasă, dacă este posibil, care să le protejeze să nu se deterioreze.
- Ceva care să aibă o legătură cu produsele expeditorului sau cu serviciile acestuia.
- De o calitate egală sau mai bună decât cea a cadoului făcut cu un an înainte (sau mai bine nu trimiţi deloc).
- Cartea de vizită inclusă în pachet trebuie să fie scrisă de mână de către executivul care o expediază. (Dacă o persoană trebuie să scrie sute de asemenea mesaje, atunci poate fi făcut un facsimil cu salutul şi semnătura lui).

Recunosc că eu de abia aştept să primesc anumite daruri de la anumite companii care nu m-au dezamăgit niciodată. Ştiu că va fi un instrument folositor pentru bucătărie, ambalat într-o cutie a firmei americane Home Products, plină cu articolele pe care le produc ei, cutia putând fi refolosită pentru ambalarea unor obiecte extrem de fragile. Ştiu că Hennegon Press din Cincinnati îmi va trimite cel mai frumos calendar de perete Audubon, pe care să-l agăţ în acelaşi loc în fiecare an. Ştiu că o companie de băuturi îmi va trimite o jumătate de duzină de pahare cu acelaşi model ca şi anul trecut, permiţându-mi să mai sparg câte unul din ele fără să rămân vreodată cu setul descompletat. Ştiu că revista "Life" îmi va trimite ceva folositor cum ar fi un calendar de birou superb sau ceva absolut nebunesc ca, de exemplu, o cutie cu confeti metalice pentru Anul Nou. Ştiu că nu există nici o intenţie de mituire în aceste cadouri, ci doar adevărate saluturi de bunăvoinţă.

Aplicarea emblemei corporaţiei pe darurile companiei

Un dar de la o persoană de afaceri capătă un caracter mai special dacă are pe el emblema companiei, tipărită cu litere mici, gravată, ştanţată sau incrustată. Cu cât sigla este mai mică şi iese mai puţin în evidenţă, cu atât darul este mai apreciat. Emblema trebuie să fie pusă în partea de jos a obiectului, pe coperta interioară sau pe coperta exterioară a unei cărţi, album etc.

Pentru mici "premieri" şi formule de promovare, sigla corporaţiei poate fi pusă mult mai la vedere; cu cât este mai vizibilă, cu atât este de mai mult bun gust.

Recompensele de încurajare

Obiectele achiziţionate de companie pentru încurajare şi oferite de vânzător cumpărătorilor şi posibililor cumpărători, folosite în general de toată lumea în marketing şi în unităţile comerciale, ca un instrument care facilitează relaţiile de bunăvoinţă nu trebuie să aibă niciodată un design şi o calitate necorespunzătoare. Chiar dacă respectivul obiect nu valorează decât un dolar, acesta nu trebuie să dăuneze imaginii companiei.

Articolele de încurajare, variind din punct de vedere al costului de la 50 de cenţi la 25 dolari fiecare, pot fi făcute cu gust încadrându-se în următoarele categorii:

Periuţe
Pahare pentru bar
Cutii pentru articole de mare necesitate
Brelocuri
Casete pentru banii destinaţi cheltuielilor curente
Radiouri
Nasturi
Cutii de păstrat hărţile
Şepci
Mingi de golf
Eşarfe
Jachete de baseball
Agrafe mici pentru hârtie
Lacăte cu cifru
Foarfece
Hârtie de scris
Batiste
Căni
Cutii pentru cărţi de credit
Stilouri
Truse de prim-ajutor
Jocuri de societate
Caiet de notiţe cu coperte
Pălării de tenis
Truse de manichiură
Seturi de stilouri şi creioane
Planşetă pentru bucătărie
Cămaşă pentru golf
Calendare
Mingi de tenis
Prosoape de plajă
Benzi de lipit
Butoni
Carneţele
Cutii pentru cărţi de vizită de afaceri
Prosoape de tenis
Termometre
Trusă de ace de cusut
Ruletă de măsurat
Cutii cu cremă de pantofi
Curele cu cataramă
Piepteni
Pălării de ploaie din plastic
Rame de fotografii
Căşti de baie
Postere
Numărătoare de calorii
Tricouri
Calendare
Cărţi de joc
Umbrele
Cutii de pantofi
Cuţite de tăiat carne
Clame
Pălării de schi
Afişe
Truse cosmetice
Şorţuri pentru el sau ea
Termosuri
Ace de cravată
Portmantouri
Accesorii de sport
Baloane
Cutii sau coşuleţe
Coperte şi dosare decorative
Şerveţele de hârtie
Jurnale
Genţi pentru articole de îmbrăcăminte
Bijuterii pentru femei
Maiouri împotriva transpiraţiei
Huse pentru rachete de tenis
Dicţionare de buzunar
Lanterne
Ceasuri deşteptătoare

Idei pentru oferirea de cadouri în afaceri

Alimentele ca dar în relaţiile de afaceri

Alimentele sunt un dar minunat. Într-un anumit fel nu par a fi mită, chiar dacă sunt foarte scumpe. Este un dar ce poate fi împărţit de cel care-l primeşte cu alţii din

familie sau din biroul în care lucrează, deci are o influenţă foarte largă. Este un dar care lasă o amintire plăcută şi care trece uşor.

Magazinele de delicatese şi cataloagele pentru comanda prin poştă fac posibilă ajungerea la destinaţie, în condiţii bune, a tot felul de alimente.

Dacă regiunea în care locuieşti este renumită pentru un anumit gen de alimente (de exemplu, piersici din Texas, grapefruit şi portocale din Florida, nuci din Georgia, brânză din Wisconsin etc.), darul în alimente primite din alte regiuni este întotdeauna binevenit).

Daruri constând din alimente obişnuite

Produse de patiserie: torturi, prăjiturele, pateuri
Gemuri şi jeleuri
Fructe proaspete
Bomboane
Nuci
Creme în cutii
Sirop de arţar pur
Brânzeturi
Biscuiţi
Caserole cu fructe îngheţate (pentru uz local)

Daruri constând din alimente costisitoare

Caviar de Beluga
Somon scoţian afumat
Pateuri de import
Delicatese afumate
Fripturi reci în aspic
Homari proaspeţi în aspic
Vânat proaspăt
Delicatese în recipiente care pot fi refolosite
Îngheţate şi creme speciale (pentru uz local)

Cadouri constând din băuturi alcoolice şi vinuri

Un cadou cum ar fi băuturile tari sau vinul cere reflecţie. Este foarte uşor să suni la un magazin specializat şi să ceri să furnizeze "o sticlă de vodcă bună" unei persoane, în dar. Dacă persoana respectivă este băutoare de scotch, ea va ridica din umeri şi va fi contrariată şi îşi va spune: "Ei bine, o să dau într-o zi un cocktail şi o să o folosesc!" sau "Aceasta va mulţumi băutorii de vodcă atunci când mă vor vizita". Ce plăcere i-ar fi produs însă darul tău dacă ar fi fost o sticlă de scotch!

Destinatarul ar fi ştiut că donatorul şi-a adus aminte sau a încercat să afle ce băutură preferă. Şi, bineînţeles, dacă bărbatul, destinatar al cadoului, este un băutor de scotch, iar soţia lui bea gin ce impresie ar fi făcut o cutie jumătate cu sticle de scotch şi jumătate cu sticle de gin. Toate aceste informaţii pot fi cerute prin telefon de la secretara executivului, pentru a afla preferinţele lui şi ale partenerului de viaţă.

Vinul, trimis în dar, are o capacitate mai largă de a mulţumi, pentru că destinatarul - chiar dacă nu bea el - îi poate servi pe oaspeţii care vin la el acasă, la un cocktail sau la o cină. Nu ai nevoie să cunoşti subtilităţile preferinţelor destinatarului (de exemplu, dacă preferă Burgundy în loc de Bordeaux sau viceversa) pentru că vinul este un dar care poate fi împărţit şi o sticlă de vin bun este apreciată de oricine bea vin, mai ales servit şi cu o mâncare foarte bună.

Dacă ajungi în casa cuiva unde ai fost invitat la cină cu una sau două sticle de vin în mână, spune imediat gazdei tale: "Uite aici ceva pe care să-l pui bine şi de care să te bucuri cu altă ocazie". În timpul petrecerii, orice gazdă bună are vinul selectat pe care-l destupă ca să-l "lase să respire". De fapt este mai bine dacă vinul pe care-l dai în dar este livrat a doua zi după cină, însoţit de un bilet de mulţumire.

Şampania este simbolul luxului unei celebrări sau a unor ocazii speciale. Mulţi

oameni sunt de părerea mea: dacă nu-ţi poţi permite să cumperi o sticlă de şampanie bună, nu o cumpăra; adu în dar o sticlă de vin roşu în loc de şampanie.

Coniacul bun (brandy) şi lichiorurile de după cină sunt daruri binevenite. Nu este necesar să cunoşti gusturile destinatarului în această privinţă, pentru că gazda poate să le folosească oricând tratându-i pe alţii. Totuşi nu trimite băuturi alcoolice în dar cuiva care nu prea primeşte oaspeţi la el acasă; acele sticle vor rămâne pe un raft ani de zile, umplându-se de praf.

Ţine minte să nu trimiţi niciodată alcool în dar cuiva care nu are vârsta legală pentru a consuma băuturi alcoolice şi, bineînţeles, să nu trimiţi niciodată cuiva care nu bea, chiar dacă îţi închipui că-l va folosi pentru a-i trata pe alţii.

Nu trimite niciodată alcool unei persoane la birou, ci numai pe adresa de acasă.

Iată câteva sfaturi care te pot ghida cu privire la o cantitatea de băutură pe care poţi să o trimiţi în dar:

- Ca semn de prietenie sau drept mulţumire pentru o masă în casa cuiva (sau la restaurant):
  - Una sau două sticle de vin modest sau
  - O sticlă de băutură tare sau
  - O sticlă de sherry, aperitiv sau lichior
- Un cadou mult mai semnificativ trebuie trimis pentru ziua de naştere a cuiva sau pentru o naştere:
  - O sticlă de şampanie bună sau
  - Două sticle de lichior bun
- Un dar important (când tu şi familia aţi petrecut sfârşitul de săptămână la cineva)
  - O ladă de şampanie sau
  - O ladă de vin bun sau
  - O ladă de lichior bun sau
  - O sticlă de vin sau coniac foarte rar.

Accesoriile de bar

Acestea sunt cadouri excelente. Uită-te prin barul prietenului tău de afaceri, la birou sau acasă şi observă de ce are nevoie. Deschizătorul de sticle poate fi vechi şi uzat; poate să-i lipsească un cuţit de bar; dacă paharele sunt despereche ate este un semn că va fi folositoare o duzină de pahare de bar.

Iată câteva idei pentru daruri:

- Tavă mică de servit (cu o bară mică care să ţină paharele să nu cadă).
- O ulcior special pentru bar (unul mic în care să fie păstrată apa).
- Vas de păstrat şi amestecat Martini.
- Vas de păstrat gheaţa (oricând prinde bine unul nou).
- Cleşte pentru gheaţă.
- Cuţit de bar şi platou de tăiat pe el (pentru felii subţiri de lămâie etc.).
- Dispozitiv pentru amestecarea cocktailurilor.
- Container special pentru răcit băutura.
- Şerveţele din hârtie sau din pânză, pentru cocktailuri.
- Răcitor de vin.
- Plăcuţe pentru sticle de vin (care sunt puse pe masă ca protecţie).
- Pahare de bar şi alte pahare necesare pentru o petrecere.

Pahare de cocktail Martini (cu gura largă).
Pahare de modă veche.
Pahare înalte.
Pahare de vin.
Cupe de şampanie.
Pahare de sherry şi lichior.
Pahare de brandy.

Dacă cumperi pahare pentru a le da în dar prietenilor de afaceri, cumpără minimum 6 sau 8 bucăţi.

Pentru oameni deosebiţi şi ocazii speciale

Pentru executivii noi

Calculator de buzunar
Calendar de birou îmbrăcat în piele
Calendar de buzunar
Set de stilou şi pix
Set de stilouri pentru birou
Set de dicţionare
Casetă de birou (pentru agrafe, bandă de şters, bandă de lipit etc.)
Album din piele
Cutie pentru cărţile de vizită
Un cadou de ultimă oră: o servietă
Cele mai recente cărţi despre tehnica managementului
Un abonament la un ziar important sau la o revistă
Dacă executivul îşi începe cariera într-un alt oraş, un abonament anual la ziarul din oraşul lui natal
Procurarea unei legitimaţii de membru la un club gimnastică de întreţinere

Pentru cineva care călătoreşte

O geantă de voiaj (care să se asorteze cu cele pe care le are el)
Detector de fum, portabil (îi poate salva viaţa)
Portmantou extensibil
Fier de călcat pentru călătorie
Umbrelă pliantă
Oglindă cosmetică sau pentru bărbierit care se poate plia
Ustensile de toaletă bărbăteşti sau de damă (după caz)
Cutie pentru pantofi
Trusă de prim ajutor
Etichetă pentru bagaj cu nume şi adresă
Cutie cu ace şi aţă
Săpun bun de faţă într-o savonieră de plastic

Pentru cineva care face călătorii internaţionale

Dicţionar de limbi străine
Portpaşaport
Uscător de păr (cu baterii)
Ceas-radio cu alarmă (cu baterii)
Calculator pentru schimbul banilor
Role de film (pentru încărcarea aparatului de filmat)
Jurnal pentru note de călătorie
Carnet de adrese ale unor persoane străine
Listă cu oferte pentru vacanţe în diferite părţi ale lumii (cum ar fi "Calendarul mondial de vacanţă" al trustului Guaranty) astfel încât călătorul să evite vacanţele naţionale

Decoraţiuni interioare pentru un birou nou

Set de birou şi coş pentru hârtie (asortat ce culorile de bază din birou)
Ceas de birou sau de perete
Scrumiere
Suport de reviste
Ramă pentru fotografii
O plantă decorativă într-un vas frumos
Etajeră pentru cărţi
Bomboniera din cristal cu dropsuri
Set de termos cu pahare şi tavă
Set de pahare pentru bar (dacă executivul are bar)
Cuţit pentru deschis plicuri
Suport de stilouri şi creioane
Oglindă de perete (dacă secretara sau partenerul de viaţă spune că are nevoie)
Învelitoare din piele (pentru telefonul directorului)

De la un oaspete pentru gazdă

(*vezi şi* "Alimentele ca dar de afaceri; băuturi alcoolice şi vinuri ca daruri")

Cărţi în legătură cu hobby-urile gazdei
Abonamente la reviste de artă, de decoraţiuni sau reviste despre alimente pe care ştii că gazda ar dori să le aibă
Cutii cu mingi de tenis sau de golf (în concordanţă cu ceea ce îi place gazdei să joace)
Discuri şi casete (află de la secretară ce aparatură are gazda)
Accesorii de bucătărie, carte de bucate sau ustensile de gătit pentru o gazdă căreia îi place să gătească
Diverse
Savonieră pentru oaspeţi
Set de prosoape sau prosoape de plajă
Tavă
Coş de picnic sau geantă răcitor
Set pentru frigărui

Cadouri speciale pentru ziua de naştere

Cadourile menţionate anterior nu se dau, în general, pentru ziua de naştere, în lumea afacerilor, dar ziua de naştere a unui executiv (la treizeci, patruzeci, cincizeci, şaptezeci şi cinci de ani) este sărbătorită de prietenii lui personali, apropiaţi, din lumea afacerilor cu o carte de vizită de felicitare şi nimic altceva.

Cartea de vizită de felicitare

Unul dintre cele mai frumoase şi elegante gesturi din partea unui executiv în lumea afacerilor este să aibe o listă cu data naşterii tuturor clienţilor, cumpărătorilor şi prietenilor pentru a le trimite o felicitare în fiecare an. Unul dintre cei mai activi oameni de afaceri în ceea ce priveşte felicitările trimise prin poştă este domnul Morita, preşedintele firmei SONY, din Japonia. Lista trebuie completată cu numele oamenilor pe care îi întâlneşti în timpul anului. Această listă este monumentală şi toţi cei al căror nume se află în ea îşi aşteaptă felicitările.

Daruri de nuntă

(*Vezi şi capitolul 2* - "Când se căsătoreşte un client sau un coleg")

Darul de nuntă pentru un client sau un asociat în afaceri este ori o cheltuială din partea companei (pentru un executiv superior), ori o cheltuială acoperită din buzunarul executivului. Deoarece atrage atâta bunăvoinţă şi este atât de important pentru prieteniile personale ale exectivului, merită în general ca executivul să plătească el însuşi pentru acest cadou.

Din partea unui executiv către clienţii săi buni

Mulţi tineri executivi dovedesc ingeniozitate în a găsi cadouri care par costisitoare, chiar dacă nu sunt. Cunosc o femeie care răscoleşte toate magazinele de antichităţi din fiecare oraş în care călătoreşte cu probleme de afaceri. Ea cumpără articole mici la un preţ scăzut (sub 20S) care par deosebite. Proprietarul magazinului scrie pe o carte de vizită provenienţa obiectului (de unde vine, cât de vechi este etc.) şi ea pune această carte de vizită în cutia care conţine obiectul. Îl împachetează frumos, cu etichetă şi îl pune bine în dulapul ei, până când are nevoie să dea un cadou cu ocazia unei aniversări sau a unei nunţi. Un alt executiv pe care îl cunosc participă la vânzările ce se fac după Crăciun în magazinele bune şi cumpără obiecte superbe, de porţelan chinezesc (cutii micuţe, servicii, zaharniţe, castronaşe etc.).

Le împachetează pe fiecare ca pe un dar, împreună cu cartea sa de vizită, acestea fiind astfel gata pregătite pentru evenimentele speciale, de pildă o nuntă.

Darul unei companii pentru VIP-uri şi executivii ei superiori

Unele companii au un cadou de nuntă standard pentru directori superiori şi VIP-uri şi unul mai puţin scump pentru nunţile directorilor mijlocii şi juniori. Iată exemple pentru ambele cazuri:

Preţul (150$ sau peste)
Cupe de cristal Steuben
Cutii din argint gravate cu însemnul Tiffany
Porţelan de Boemia cu flori şi păsări sculptate
Ceasornic pentru policioara căminului

Mai puţin costisitor (până la 50$)
Boluri de porţelan pentru salată
Vas de cristal pentru gheaţă cu o monogramă gravată pe o parte
Tavă de servit
O duzină de pahare (6 de vin, 6 de apă)

Serviciile companiei pentru cadourile de aniversare

(*vezi capitolul 15* - "O companie îşi sărbătoreşte aniversarea")

Este un minunat suport moral pentru un angajat să se poată uita din când în când la un cadou mic care a marcat aniversarea sa în cadrul companiei, începând după al 5-lea an şi repetată la fiecare 5 sau 10 ani după aceea. Este important pentru faptul că i-a fost recunoscută loialitatea de către conducere.

Un exemplu de cadou pentru a 5-a aniversare este o carte mică pentru adrese, legată în piele, marcată cu numele angajatului, numele companiei şi cuvintele "A cincea aniversare", cu litere aurii pe coperta întâi.

Pentru a zecea aniversare, este un dar potrivit o cravată fină, brodată cu auriu, pentru bărbaţi şi o mică broşă din aur, pentru femei, pe care este gravată sigla companiei.

La a 15-a aniversare, o cravată pentru bărbaţi şi o eşarfă pentru femei, din mătase naturală, cu sigla companiei integrată în designul din imprimeul materialului, este un mod frumos de a marca aprecierea companiei faţă de serviciile angajatului.

A douăzecea aniversare poate fi marcată cu un ac de cravată, din aur, pentru bărbaţi şi o mică broşă de aur pentru femei, amândouă gravate cu emblema companiei; pentru a 25-a aniversare (de argint); angajaţii pot primi cutii frumoase de argint, gravate corespunzător.

Pentru aniversarea de jad (a 35-a), angajaţii pot primi o bijuterie cu o piatră de jad sau un ceas cu jad. La a 50-a aniversare, compania poate da angajaţilor ei un ceas sau o brăţară de aur. Dacă angajaţii reuşesc să prindă şi a 60-a aniversare, ei merită ceva cu diamante!

Pentru nou-născutul unui cumpărător important

(*Vezi şi* "Felicitări unei mame din executiv", capitolul 2)

Dacă cuiva, cum ar fi clientul sau cumpărătorul cel mai important al unei companii sau un director din afara companiei, i se naşte un copil, este de bon ton să trimiţi părinţilor un cadou care să marcheze evenimentul. În majoritatea cazurilor, un dar pentru nou-născut înseamnă mult mai mult pentru părinţi decât un dar pentru ei.

Când o emblemă foarte mică a companiei este gravată pe spatele unei plăcuţe de argint, împreună cu iniţialele copilului şi data naşterii, rezultatele sunt, de obicei, din punct de vedere vizual, foarte atrăgătoare. Alte obiecte din argint care se dau în astfel de ocazii putând fi gravate sunt:

- O ceşcuţă pentru copii.
- O linguriţă pentru bebeluşi.
- Ramă pentru o mică fotografie.
- Un clopoţel din argint.
- O cutiuţă.

Pentru cineva bolnav, în spital sau acasă

Iată câteva sugestii de daruri pentru cei care sunt bolnavi sau accidentaţi:

- O floare într-un ghiveci (care cere puţină îngrijire şi udare).
- O sculptură nepreţioasă.
- O casetă audio pe care s-au imprimat colegii persoanei respective, transmiţându-i urările lor de sănătate şi referiri la bârfa de birou.
- Înregistrarea pe casetă audio a unei cărţi bune.
- Casete cu muzică la alegerea celui care este în covalescenţă.
- Săpun de baie de bună calitate.
- Apă de colonie.
- Spray de cameră.
- Cuvertură de pat (pentru o femeie).
- Halat de baie (atât pentru bărbat, cât şi pentru femeie).
- O carte amuzantă.
- O carte cu fotografii superbe.

Ocaziile în care trebuie date cadouri frumoase

Cadouri pentru pensionari

(*Vezi cap. 12* - "Pensionarea unui membru din executiv")

Cadoul pe care îl alege o companie pentru un executiv care se pensionează, logic, trebuie să depindă de timpul lucrat de acesta în companie şi de rangul pe care l-a avut. Unele companii oferă articole standard, cum ar fi ceasornice şi ceasuri de mână, eventual din aur (pe care sunt înscrise datele între care persoana respectivă a lucrat în companie). Alte companii sunt foarte inspirate în ceea ce priveşte darurile pe care le oferă pensionarilor distinşi. Iată câteva idei:

- Ceva în legătură cu activităţile persoanei după pensioanre, cum ar fi echipament de pescuit pentru cineva care spune "acum o să pescuiesc şi eu" sau un dar constând în ustensile pentru artişti, pentru cineva care spune că "va picta într-adevăr"
- O fotografie cu întreg personalul biroului şi colegii, strânşi în jurul lui: pe rama ei scrie o urare frumoasă
- Un album frumos din piele, care conţine fotografii în legătură cu cariera, articole de ziar şi diverse amintiri (care ar putea fi o surpriză minunată dacă soţia pensionarului se va implica activ în proiect); pe coperta albumului trebuie să se imprime un text adecvat, cu litere aurii
- Bilete pentru o călătorie cu avionul, pentru pensionar şi soţie sau bilete pentru o călătorie cu vaporul într-un loc foarte plăcut (banii de cheltuială trebuie incluşi în plic pentru orice pensioanr care altfel nu şi-ar putea permite o asemenea călătorie)
- Roagă-i pe colegii pensionarului să participe la un gen de "Festschrift" (în germană "un festival de scrieri"). Colegii vor scrie despre ilustrul lor coleg, despre cariera şi ideile lui; vor include şi idei despre viitoarea lor pensionare. Colecţia de eseuri şi omagii va fi, după aceea, legată într-o copertă frumoasă, pentru ca pensionarul s-o savureze şi să se bucure de ea în anii care urmează.
- Un obiect vechi atractiv, două carafe, montate pe un suport de mahon, cu o plăcuţă din alamă pe care să fie gravat numele şi datele între care a lucrat executivul în cadrul companiei
- Angajează un artist să picteze un portret al pensionarului sau un sculptor să-i facă bustul.

Cadouri legate de artă

O companie sau o persoană individuală care leagă dăruirea unui cadou de comunitatea locală de artă, ştie cum să impresioneze şi să facă plăcere acelora cărora le trimite cadoul. O companie care a sponsorizat o expoziţie de artă într-un muzeu local trebuie să continue să-şi reîmprospăteze acea relaţie, oferind cadouri legate de muzeul respectiv. Aici sunt câteva dintre modalităţile în care afacerile şi artele interacţionează în domeniul dăruirii cadourilor:

- O companie dă în dar angajaţilor ei bilete pentru participarea la importantele expoziţii organizate într-un muzeu
- Compania dă în dar articole de la magazinul de cadouri al muzeului local sau le alege din cataloagele pentru cadouri al muzeului
- Un executiv dă unui alt executiv, ca dar, un abonament la un magazin faimos

care vinde litografii, postere înrămate, reproduceri şi desene
- Compania oferă cadouri cărţi de artă despre comorile muzeului local
- Compania dă unui executiv superior (de exemplu, unui preşedinte al Consiliului de administraţie care se pensionează) un dar important, un portret cu comandă specială care poate fi plasat în casa preşedintelui proaspăt pensionat, în sala de şedinţă a Consiliului de administraţie, sau originalul acasă, iar copia la companie.

Comandarea unui portret

Comandarea portretului unui executiv este un mod minunat de a onora pe cel care se pensionează sau pentru a marca o ocazie importantă din viaţa executivului. Un artist bun poate face un portret pastel sau o acuarelă pentru circa 1 000$. Artiştii care lucrează sub egida unui grup cum e Corporaţia de portrete din New York pretind între 5 000$ şi 60 000$ pentru realizarea unui portret, preţul din urmă incluzând în afară de portret şi o copie, făcute de un artist vestit (ca de exemplu, Aaron Schickler, Clyde Smith, William Drager) care execută de două ori aceeaşi operă.

Un portret, de obicei îi ia artistului una până la cinci şedinţe pentru a putea fi terminat. Când artistul foloseşte fotografii bune, el poate accelera foarte mult procesul de realizare a portretului. O companie care a comandat un portret trebuie să aloce bani şi pentru costul ramei (de la 300$ la 1 000$). Pe placa de metal care este prinsă la baza ramei sau pe piedestalul pe care se montează bustul sculptat trebuie să fie gravate numele celui căruia îi este dăruit, datele între care a lucrat în companie, data la care s-a pensioant sau data la care i s-a făcut portretul.

Un portret nu trebuie să-l înfăţişeze pe executiv într-o ţinută ţeapănă, pe un scaun, într-un costum foarte elegant. Portretul trebuie să fie plin de viaţă, reflectând spiritul şi farmecul său. Astăzi, portretul unui executiv îl poate înfăţişa pe acesta relaxându-se în grădină, navigând pe propria ambarcaţie sau călărind - aşa cum doreşte el să rămână în imaginea celorlalţi.

Un portret este un dar care dă personalitate celui ce constituie subiectul tabloului.

Un bust sculptat, reprezentând pe cineva, poate costa de la 5 000 $ în sus. Alexandra E. Whitney din New York, de exemplu, primeşte multe comenzi de acest gen. De la corporaţii, ia în jur de 6 500$ pentru un bust de bronz şi 5 000$ pentru o copie.

Baza pentru un cap de bronz trebuie să fie aleasă cu grijă. Bustul poate fi plasat pe un piedestal, pe o măsuţă sau pe bibliotecă. Trebuie căutat cu grijă şi unghiul sub care cade lumina, astfel încât căldura bronzului şi subtilitatea celor trei planuri dimensionale să poată fi apreciate.

Al treilea gen de portret care poate fi comandat de o companie ca dar poate fi o fotografie realizată de o firmă cu reputaţie (ca de exemplu Bachrach) sau de fotografi renumiţi (ca Irving Penn, Francesco Scavullo sau Richard Avedon). Preţurile pot varia între 300 şi 10 000$.

Un executiv a primit în dar 4 portrete fotografice, superb înrămate (13" x 18"), reprezentând cel mai drag loc din proprietatea sa), grădina în cele 4 anotimpuri ale anului.

Un schimb de cadouri în perioada de fuziune şi de achiziţie

Până în momentul în care s-a perfectat o fuzionare sau o achiziţionare în spatele uşilor închise ale executivului s-au consumat mari cantităţi de energie, de dulciuri şi... lacrimi.

După încheierea acţiunii este foarte frumos din partea conducătorului companiei care a achiziţionat să ofere Consiliului de administraţie al celeilalte companii un dar de comemorare a noii asocieri.

Unul dintre darurile cele mai remarcabile dintr-o perioadă de fuziune, pe care l-am văzut, a fost un set de birou din piele, realizat de firma Mark Cross, conţinând un dispozitiv suport pentru sugativă, un set de stilouri, un cuţit de tăiat hârtie, foarfecă, un ceas şi o cutie pentru scrisori. Fostele embleme ale celor două companii erau imprimate cu litere aurii în partea stângă a suportului pentru sugativă, în timp ce emblema companiei nou formate era imprimată în partea dreaptă. Preşedintele Consiliului de administraţie a făcut cadou acest set de birou fostului preşedinte al Consiliului de administraţie al companiei care a fost înglobată în noua firmă şi care devenise acum funcţionarul principal pentru operaţiile noii companii.

O altă idee deosebită a unui executiv, pe care am aflat-o, a fost de a face o listă cu numele tuturor persoanelor care au muncit intens în ultimele două săptămâni în care s-a produs fuzionarea, inclusiv proprii executivi, consultanţii financiari din afară, avocaţii şi contabilii, secretarele şi dactilografele. Două săptămâni mai târziu, după ce agenţiile împuternicite le-au dat permisiunea de fuziune, fiecare dintre aceste persoane a primit câte un dar: un cuţit de deschis scrisori dintr-un argint sclipitor, pe care erau gravate cuvintele "Pentru munca bine făcută" şi data semnării înţelegerii. (Acest executiv a comandat, de asemenea, dineuri nemaipomenite, la unul dintre cele mai importante restaurante din New York, pentru toţi cei care au muncit până la ore târzii din noapte; toată lumea a fost trimisă acasă în taxiuri, un adevărat lux pentru cei care aveau de mers o distanşă foarte lungă şi care, de obicei, o parcurgeau folosind metroul!).

Oferirea şi returnarea unui dar nepotrivit

Dăruirea şi acceptarea darurilor nu este o artă uşoară. Un dar nepotrivit, care este prea scump sau prea ieftin, prea personal sau de foarte prost gust poate cauza stânjeneală sau chiar mâhnire celui care-l primeşte. Darul poate avea nişte repercusiuni chiar şi mai grave pentru cel care l-a trimis. Semnalele care pot indica acest pericol sunt în ordinea următoare:

- Când un executiv oferă un dar extrem de scump, constând din bijuterii sau o haină de blană secretarei lui.
- Când un dar se referă la o glumă obscenă şi se presupune că ar fi amuzant, dar el pică prost (atunci când este oferit); acest gen de daruri este de prost gust mai ales în timpul Crăciunului.
- Când un dar a fost trimis fără să cunoşti situaţia, cum ar fi de exemplu: trimiterea unor accesorii pentru maşină unui executiv care nu are maşină sau trimiterea de băuturi alcoolice unei persoane care nu bea; haine ale căror măsuri sunt nepotrivite sau echipament sportiv unei persoane care nu practică sporturi.
- Când este oferit un dar cu o aluzie sexuală clară.

Orice dar care are conotaţii sexuale sau de mită trebuie înapoiat imediat celui care l-a trimis, pentru că dacă cel care l-a primit îl ţine mai multe zile, expeditorul va considera că a fost acceptat. Îmi amintesc de o secretară tânără şi frumoasă care a

primit de la şeful ei, cu ocazia primului Crăciun de când lucra la firma respectivă, o brăţară de aur de 18 carate pentru gleznă. Pe cartea de vizită, adresată şefului, care însoţea cadoul înapoiat, scria: "Aş vrea să văd această brăţară prinsă în jurul frumosului dvs. gâtuleţ". (Partea bună a acestei întâmplări este că ea şi-a păstrat slujba la firma respectivă, iar el n-a mai deranjat-o nicioadată).

Dacă primeşti ceva despre care ştii că n-ar trebui să-l păstrezi, înapoiază-l imediat. Păstrează o copie a biletului însoţitor, atunci când îl trimiţi înapoi, inclusiv data şi modul în care l-ai returnat. (Aceasta, bineînţeles, pentru autoprotecţie). Nu este necesar să explici de ce ai înapoiat cadoul. Este de ajuns să scrii: "Nu găsesc potrivit să accept acest cadou, deci vi-l înapoiez imediat".

Politica unei companii de interzicere a acceptării cadourilor

Mulţi membri ai Consiliului de administraţie nu permit executivilor şi angajaţilor să accepte nici un fel de cadou de la un asociat în afaceri, de teamă ca cel care primeşte să nu rămână obligat faţă de donator. Direcţiunea trebuie să amintească angajaţilor acest lucru, anual, printr-o circulară sau prin publicarea unui anunţ în buletinul companiei.

Unele companii au programe "de etica conştiinţei", unde subiectul cadourilor este discutat în detaliu; alţii îi fac pe noii angajaţi să semneze o înţelegere în ceea ce priveşte conflictul de interese în politica de primire a cadourilor. Un angajat care acceptă un cadou trebuie să-şi amintească de răspunderea sa în faţa IRS (Internal Revenue Service - Serviciul intern de evidenţă a veniturilor; el s-ar putea să fie nevoit să plătească un impozit în funcţie de valoarea cadoului, socotit ca un "venit-obişnuit").

Unii oameni sunt generoşi din fire. Lor le-ar face plăcere să dea cadouri celorlalţi şi nu se gândesc să primească ceva în schimb când fac acest lucru. Un executiv trebuie să fie atent la motivele reale ale donatorului într-o situaţie de acest gen şi să trateze situaţia cu amabilitate şi tact.

Acceptarea şi răsplata pentru un cadou

Bunele maniere înseamnă şi să ştii cum să accepţi un dar "cu farmec". Aceasta înseamnă să afişezi un zâmbet foarte larg, chiar dacă atunci când deschizi pachetul găseşti o eşarfă de culoare portocalie, fosforescentă, pe care n-ai pune-o nici măcar în dulapul de haine de frică să nu-ţi strici buna reputaţie. Trebuie să spui: "Vai ce frumos este!" cu entuziasm, când cineva ţi-a dat un calendar de birou legat în piele, deşi tu mai ai încă 4 la fel. Înseamnă să fii cald şi fermecător în privinţa unui cadou care constă dintr-un dicţionar de birou cu numele companiei scris cu litere mari pe toată suprafaţa de piele. Micile minciuni convenţionale sunt admirabile, în acest caz, fiind un gest de amabilitate să spui că-ţi place ceva, chiar dacă acel lucru nu-ţi place.

Dacă vezi că produsele companiei, pe care le-ai primit, sunt inferioare, nu le lăuda în scrisoarea de mulţumire. Mulţumeşte doar simplu donatorului: "E drăguţ că v-aţi amintit de noi în această vacanţă". Dar dacă produsele companiei îţi plac, fă-l pe donator să înţeleagă aceasta, arborând tot entuziasmul de care eşti capabil. Acestuia îi va face mare plăcere.

Epilog

Eu sper că citind aceste pagini aţi adunat suficiente informaţii şi motivaţii care vă vor fi de ajutor sau chiar vă va reconfirma un comportament corespunzător pe care dumneavoastră îl aveţi în mod obişnuit. Dacă este aşa a meritat să scriu această lucrare.

În lumea afacerilor toţi urmărim să obţinem un profit. Concepţia mea este că puteţi obţine profit conducând afacerile cu fermitate, dar în acelaşi timp şi cu politeţe, eleganţă şi consideraţie. Profesionalismul şi şlefuirea mecanismelor care funcţionează în lumea afacerilor susţin productivitatea, relaţiile profitabile şi echitatea pe piaţă. Departe de a fi la polii opuşi, afacerile profitabile şi bunele maniere pot deveni compatibile sau chiar identice când sunt practicate cu grijă şi sinceritate. Conducătorii şi profesioniştii care susţin această idee acceptând că oamenii şi profiturile sunt la fel de necesare pentru a ajunge la succes au un avantaj faţă de noi toţi ceilalţi.

Despre autor

Multe obiceiuri şi ritualuri tradiţionale se menţin încă în lumea afacerilor, dar ele se modifică într-un mod subtil în lumea noastră de astăzi, în care schimbările sunt atât de rapide. Letitia Baldrige le-a selectat pentru noi. Ea ne oferă o lucrare completă, cere ne ghidează în arta divertismentului în afaceri, în planificarea unei întâlniri de afaceri moderne, în comunicarea în lumea afacerilor incluzând conversaţia în tot felul de situaţii, comunicare în scris, folosirea telefonului celular şi a diferitelor aparate electronice, oferirea de cadouri, forme potrivite de adresare, ritualurile secrete ale protocolului de afaceri care pot crea o carieră sau o pot distruge şi multe altele. Nici unul dintre cei care activează deja sau abia încep să lucreze în lumea afacerilor nu îşi poate permite să nu aibă această carte.

Cartea Letitiei Baldrige, Codul manierelor în afaceri, a fost vândută în mai bine de jumătate de milion de exemplare în lumea întreagă. Lucrările sale referitoare la bunele maniere şi comportamentul uman s-au vândut în mai bine de un milion de exemplare. Cunoscută mai multor milioane de telespectatori, Letita Baldrige este cel mai mare specialist în show-uri de televiziune şi este solicitată pentru sfaturi în legătură cu bunele maniere. Într-un articol publicat de prestigioasa revistă *Time*, ea a fost caracterizată ca fiind "Primul arbitru al bunelor maniere din Statele Unite ale Americii". Ea şi-a început cariera ca *Social Secretary* al ambasadelor SUA din Paris şi Roma, apoi a lucrat la Casa Albă, ca *Chieff of Staff*, pentru doamna Jacqueline Kennedy. Timp de mai mulţi ani, Letitia Baldrige şi-a condus propria companie de mrketing şi a ţinut conferinţe despre manierele cadrelor executive la solicitarea numeroaselor companii din lume. Este autoarea a altor unsprezece cărţi. Ea şi familia sa locuiesc în Washington D.C.

"CODUL MANIERELOR ÎN AFACERI" - Ediția adăugită și revizuită

vă supune atenției:

- ✓ Tehnologiile care ne devorează
- ✓ Maniere în folosirea telefonului celular, a pagerului și a altor aparate electronice
- ✓ Când facem abuz de electronică
- ✓ Arta conversației
- ✓ Bunele maniere în afaceri
- ✓ Invitațiile și răspunsurile lor
- ✓ Forme potrivite de adresare
- ✓ Manierele în afaceri internaționale
- ✓ Relații interumane personale, în societate și la locul de muncă
- ✓ Oferirea cadourilor
- ✓ Arta divertismentului în afaceri și nu numai...
- ✓ Comportarea manierată potrivită în diverse împrejurări
- ✓ Manifestarea simpatiei sau compasiunii față de ceilalți
- ✓ Comunicarea în lumea afacerilor incluzând conversația în tot felul de situații
- ✓ Știința de a te îmbrăca cu gust, în funcție de eveniment
- ✓ Instruirea pe plan cultural
- ✓ Comunicarea vizuală: papetăria de birou și cărțile de vizită de afaceri
- ✓ Ritualuri secrete ale protocolului în afaceri care pot crea o carieră sau o pot distruge
- ✓ Protocolul în convorbirile telefonice, în timpul ședințelor, conferințelor și seminariilor, în timpul vizitelor, al întâlnirilor anunțate, în timpul mesei
- ✓ Și multe altele...

Comentarii la adresa cărții: "CODUL MANIERELOR ÎN AFACERI"

"Convingerea mea este că bunele maniere ar trebui să facă parte din programa de învățământ, deoarece educați, manierați, trebuie să fim față de toți cei care ne înconjoară părinți, soție, subalterni sau persoane din conducere, necunoscutul din autobuz, colegi, dascăli. De aceea am introdus în procesul de instruire a studenților facultății noastre această materie și rezultatele se văd!"

Ion Dijmărescu, rector, Academia Română de Management București
președintele colectivului de consultanță în management: "Strategic Management Group"

"Codul manierelor în afaceri atrage prin autoritatea abordării și profunzimea conținutului reprezentând o deschidere către tainele nebănuite ale relațiilor interpersonale. Succesul în afaceri, asigurat în mare măsură de fler și pregătire, capătă culoare și personalitate prin cunoașterea etichetei și a protocolului".

Florin Vodiță, consilier de stat, șeful protocolului prezidențial

"Ideea prezentării lucrării *Codul manierelor în afaceri* pentru publicul român este bine venită, întrucât în România se simțea nevoia acestei cărți, mai ales în perioada actuală"

Dr. Dragoș Nicolescu, vicepreședinte, Colegiul Medicilor din România